

S'ENGAGER
POUR MIEUX
BÂTIR VOS
PROJETS

AUDACE PROXIMITÉ INDÉPENDANCE

Groupe
SAMSE
RAPPORT ANNUEL 2025

NÉGOCE

MULTISPECIALISTES

-  Doras
-  M+ Matériaux
-  Samse
-  VM Matériaux

MULTISPECIALISTES PARTENAIRES

-  Matériaux Simc
-  Plattard
-  Plattard Carrelages

MULTISPÉCIALISTES AFFILIÉS

-  Blanc Matériaux
-  Didier
-  Oxygen Fermetures

MARQUES SPÉCIALISTES POUR

Samse, Doras, M+ Matériaux, VM Matériaux et Matériaux Simc

-  Caréo
-  MPPI
-  Ménéo

BRICOLAGE

-  L'Entrepôt du Bricolage

FILIÈRE TRAVAUX PUBLICS & EAU

TRAVAUX PUBLICS

-  BTP Distribution
-  Célestin
-  LNTF
-  Cominex
-  Plasti+
-  Outimat

ADDUCTION D'EAU

-  Christaud

HYDRAULIQUE DES BATIMENTS

-  Gémoise

FILIÈRE BOIS PANNEAUX - FIBOPAN

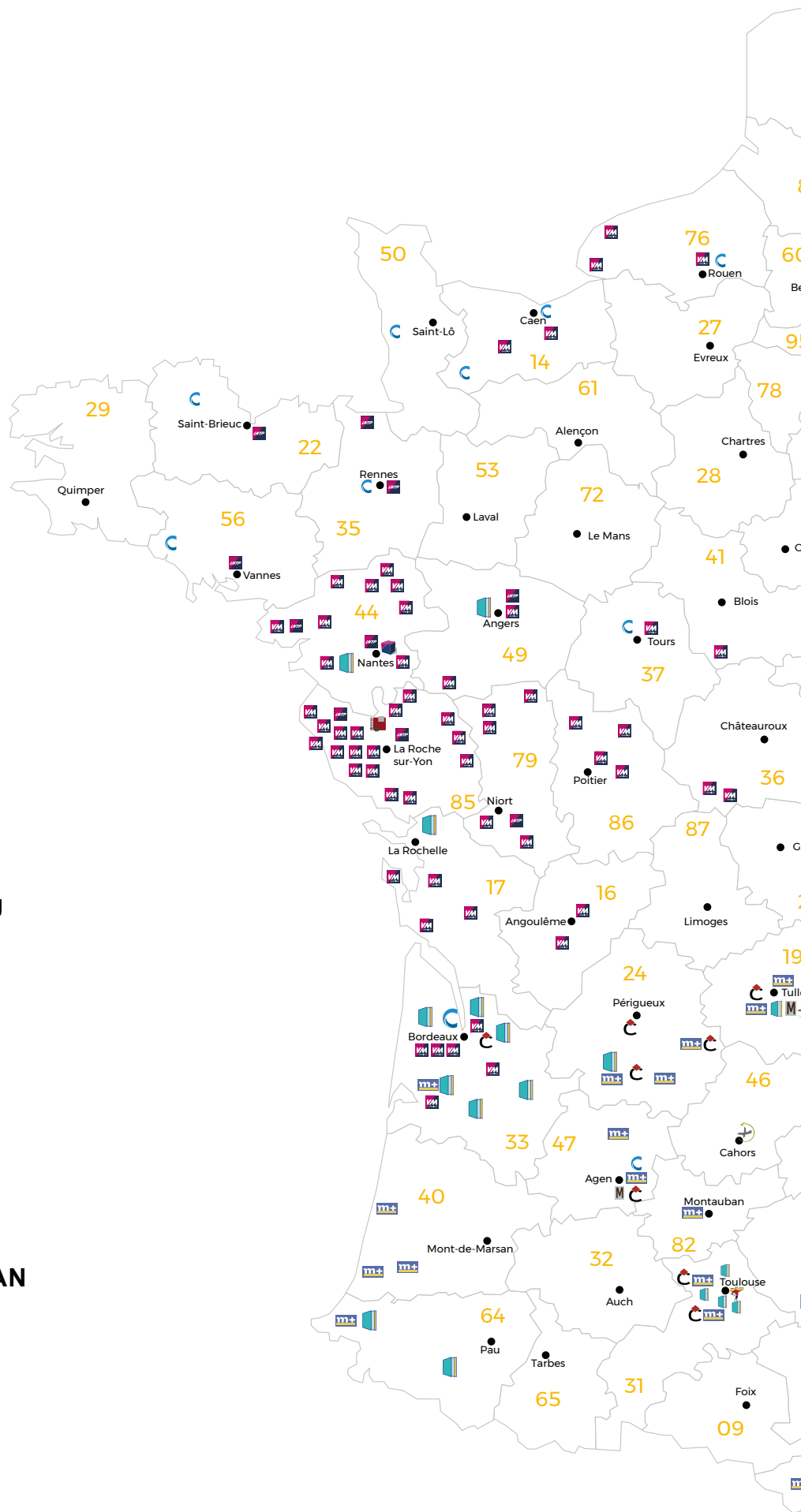
-  Mauris Bois
-  Henry Timber
-  Socobois
-  Ollier Bois

SUPPLY CHAIN

PLATEFORMES

TRANSPORTS

-  Transport Schwartz
-  Transport Zanon
-  SudAppro



1974



1986



1988



1991



1992



1996



1998



1999



2002



2003



2005



2006



2007

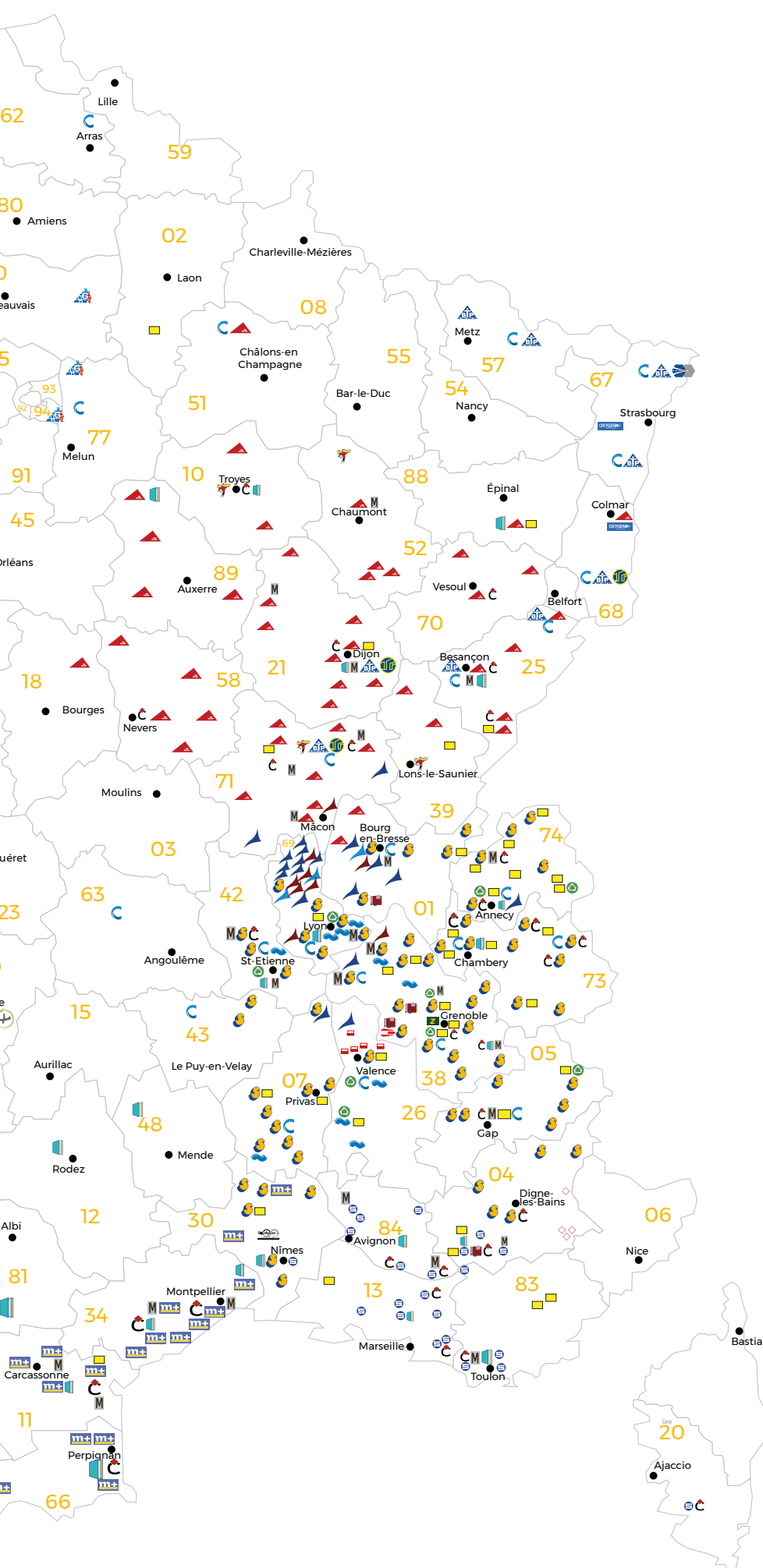


2008



20





2009
TARD

2011
ZANON
TRANSPORTS
PRODIGES

2013
VAUDREY
TRANSPORTS

2014
CO-OP
TRANSPORTS

2016
ARMAND
SOCOBOIS

2017
Bill
mat
FOREZ MAT

2018
marlin
MPPPI

2019
LOIRMAT
SCE - TRANSPORTS - ENTREPRENEUR
Matières
SOVAPRO

2021
Ménéo
TRANSPORTS

2023
Samoise
TRANSPORTS

2024
cominex
TRANSPORTS
LNT
VM
PLASTIL

Distributeur de matériaux de construction et d'outillage

Au plus près de nos clients grâce à un maillage dense de 410 points de vente, nous sommes le partenaire de confiance des chantiers d'aujourd'hui et de demain. Avec nos fournisseurs, nos équipes imaginent des solutions responsables et innovantes pour construire, rénover et aménager durablement les territoires.

**" S'engager pour mieux
bâtir vos projets "**

“Consolider nos fondations”

Il y a des années où l'on bâtit vite et d'autres où l'on apprend surtout à consolider. 2025 a clairement appartenu à cette seconde catégorie.

Marché en baisse, visibilité réduite, arbitrages plus serrés : l'environnement a pris des allures de météo capricieuse, et le monde a parfois semblé perdre ses repères.

Comme de nombreuses entreprises du secteur, notre groupe a été fortement impacté.

Dans ces moments-là, l'attente ressemble à une solution mais c'est en réalité un risque. Nous avons choisi l'inverse : tenir activement.

2025 n'a pas été une année d'annonces, mais elle a été une année de décisions.

Protéger notre groupe a exigé des décisions concrètes : structurer nos méthodes, surveiller nos charges, hiérarchiser nos investissements, différer certains projets et engager un plan d'économies lorsque c'était nécessaire.

Ces choix ne se racontent pas comme des victoires. Ils sont la condition pour durer, préserver l'essentiel et rester solides.

Notre force ne se trouve pas dans des discours. Elle se voit sur le terrain : nos agences, nos magasins, là où l'on se parle : au comptoir, dans la cour, sur la route, au téléphone.

Là où la valeur se crée chaque jour, dans un conseil donné au bon moment, un chargement préparé avec soin, une livraison tenue malgré l'imprévu.

Et ce service rendu n'existe que grâce à une chaîne de confiance complète, entre nos équipes, nos clients, nos fournisseurs, nos partenaires financiers, nos actionnaires. Je les remercie pour leur soutien et leur fidélité.

Ce qui me rend confiant, ce ne sont pas nos prévisions, ce sont nos preuves. Et je veux le dire clairement : nos équipes ont fait preuve d'une résistance remarquable, avec compétence et cette intelligence pratique qui ne fait pas de bruit mais fait avancer. Elles ont transformé les organisations et accepté de revoir ce que l'on croyait acquis.

Nous abordons l'avenir avec un optimisme responsable : lucidité plutôt que promesses, actions plutôt qu'attentisme. Dans un monde parfois fou, notre boussole reste simple : tenir sur nos valeurs fondamentales, poursuivre nos chantiers et c'est avec vous que nous réussirons la suite.

Je vous en remercie chaleureusement.

Olivier Malfant

Président du Conseil d'Administration



Bâtir le long terme en conservant la réactivité au quotidien

LE marché du bâtiment est un marché cyclique. Tous les acteurs économiques du secteur nous le confirment. Ce que nous découvrons, c'est que certains cycles, comme celui que nous connaissons actuellement, peuvent être particulièrement longs.

Dans ce contexte, le groupe fait preuve de résilience. Je tiens à remercier chaleureusement l'ensemble des équipes du groupe. En 2025, elles ont su réagir pour adapter nos organisations et nos moyens opérationnels au plus près d'un marché en retrait, tout en conservant la qualité et la réactivité au service de nos clients.

C'est dans cette année compliquée que nous avons opéré deux chantiers majeurs, démarrés en 2024 : le rapprochement avec VM Matériaux, LNTP et Cominex ainsi que le démarrage de notre site logistique de La Boisse (01).

S'agissant de notre enseigne VM Matériaux, sa présence commerciale est cohérente et reconnue sur ses territoires. Néanmoins, nous devons faire preuve d'un dynamisme plus marqué pour éviter de subir un marché encore en contraction. La croissance externe en période mouvementée reste un exercice délicat mais sur le long terme, le positionnement de cette enseigne sur le Grand Ouest de la France représente un potentiel important du développement de notre groupe.

L'année 2025 est également marquée par une sous performance de notre site logistique de La Boisse. Dans les mois à venir, il nous appartient de faire monter en puissance ce site qui constitue un investissement stratégique pour permettre à notre activité Bricolage d'omnicanaliser complètement son offre commerciale et répondre aux enjeux du e-commerce des années à venir.

L'année 2025 a aussi été une opportunité d'adopter une approche plus sobre et raisonnée en matière de stratégie RSE. Nos équipes ont poursuivi leurs efforts, notamment en matière de sécurité des collaborateurs, qui a fortement progressée. Cela nous incite à continuer dans cette voie. La sécurité de nos collaborateurs est un élément essentiel de notre ADN, une brique essentielle du développement de notre groupe des années à venir.

Nous voulons croire, enfin, que les premiers signes de reprise du marché de la construction, encore très en retrait, confirmeront la sortie du cycle actuel et permettront de donner une impulsion commerciale durable ainsi qu'une amélioration sensible de la performance de notre groupe.

Laurent Chameroy
Directeur Général



“ S'engager pour mieux
bâtir vos projets ! ”



Comité Exécutif 2025

DE GAUCHE À DROITE, EN HAUT

Eric Gottié - Directeur région Samse Haute-Savoie - Directeur MPPI

Erwan Toussaint - Président VM Matériaux

Guylène Riera - Présidente La Boîte à Outils

Philippe Thomas - Président M+ Matériaux

Gilles Puissant - Directeur Général Délégué Groupe

Adrien Enoc - Directeur Général Simc

Laurent Chameroy - Directeur Général Groupe

Simon Coulier - Secrétaire Général

Karen Vaylet - Directrice Générale Déléguée Groupe au 1^{er} janvier 2026

Stéphane Jourdan - Directeur des Achats

Laurent Ouvrier-Buffet - Président Mauris Bois - Directeur Fibopan

Julie Faure - Attachée de Direction, Responsable Communication

DE GAUCHE À DROITE, EN BAS

Laurent Géraudie - Directeur Supply Chain

Piotr Korostelev - Directeur Marketing, Offre et Digital

Yannick Lopez - Directeur Général Délégué Groupe

Alain Renard - Président Doras

Christian Rossi - Président Christaud - Directeur Filière TP-EAU

Arnaud Bériot - Directeur Général Délégué Groupe



Léa Alzingre
Directrice Financière



**Sandrine
Colombat-Mouroit**
Directrice
Ressources Humaines



Valérie Gagliardi
Directrice Générale
Déléguée enseigne
Samse



Cédric Joseph
Directeur des
Systèmes
d'Information

Nous rejoignent en 2026



**HIER,
AUJOURD'HUI,
DEMAIN.**





*Des camions d'autrefois aux flottes modernes,
la technologie change, mais la même exigence
nous guide : acheminer chaque matériaux avec
soin, au plus près de nos clients.*



Salle de musique l'Arpège
Albertville

BIENVENUE
DANS
NOTRE **MONDE!**



**Les Achats, un service cœur de métier,
un travail d'équilibristes**

+ Chiffres clés du Groupe Samse



Groupe
SAMSE

Les Achats,

un service cœur de métier, un travail d'équilibristes

Les Achats : l'un des maillons vitaux pour que le groupe puisse réussir à "S'engager pour mieux bâtir vos projets". Pourtant, on n'en parle pas souvent. « On ne fait pas beaucoup de bruit, on travaille en sous-marin. » « On a les pieds sur terre. Le négoce, de toute façon, ce n'est pas les paillettes. C'est du vrai » nous disent les acheteurs des enseignes. Et c'est juste. Pour une fois, nous avons envie de les mettre en lumière. Pour mieux connaître ces métiers stratégiques, au cœur de la relation clients. Car avant de pouvoir vendre - c'est une évidence - il faut déjà savoir acheter. CQFD. Et déterminer « où mettre le curseur », chaque jour, sur chaque brique qui compose le métier.

« Les achats ? C'est une pièce de monnaie. Pas d'achats sans commerce, pas de commerce sans achats. C'est notre cœur de métier » commence Adrien Enoc, Directeur Général de Matériaux Simc. « Pour bien vendre, il faut savoir bien acheter. C'est aussi "simple" que ça » résume Laurent Batia, Responsable Tarifs Achat et Vente Samse. « La case Achats est impérative pour faire du bon business. **Nous sommes tous, à notre niveau, acheteur et vendeur**, quelque part. » Eh oui, car la qualité première d'un acheteur, c'est d'acheter... ce qui pourra se vendre.



Laurent Batia
Responsable Tarifs
Achat et Vente



« Cela paraît simple et ultra logique mais cela demande un peu de vision, en réalité. »

Et une sacrée connaissance de son milieu. Bruno Martel, Directeur des Achats et des Ventes Doras, le confirme : « Florent Durez, au siège, détermine une cartographie de fournisseurs plaques de plâtre, par exemple. Un portefeuille de possibles. Nous, derrière, nous savons que, dans notre zone géographique, il vaut mieux aller vers tel ou tel fournisseur. **Cela nécessite une excellente compréhension du marché, de son environnement concurrentiel et de ses points de vente.** »



« Quand on monte une offre, quand on parle supply chain et plateforme, il y a la notion d'achats, derrière. Nous sommes les travailleurs de l'ombre. L'agence est notre premier client. »

Stéphane Jourdan
Directeur des Achats



« L'industriel a toujours un historique. Sur la Bourgogne, c'est l'un, sur Rhône-Alpes, un autre. Il faut avoir un œil sur le passé et un sur le futur. Voir plus loin. Anticiper les tendances, rechercher de nouveaux produits, détecter les innovations. Il faut avoir des yeux et des oreilles.

Être toujours à l'affût » conseille Corinne Tardy, Directrice d'Activité Carrelage et Sanitaire.

Un cocktail au goût équilibré

« Nous mettons en place des contrats de coopération aussi bien avec des industriels nationaux et internationaux qu'avec des start-ups qui sortent des produits innovants, des fournisseurs locaux » indique Stéphane Jourdan. « Il faut que nous puissions servir aussi bien l'auto-constructeur à la recherche de produits biosourcés, très pointus, très techniques sur le phonique et l'isolant, par exemple ; que l'entrepreneur qui a remporté un marché public conséquent et a besoin de tous les produits de la chaîne de construction. »



Adrien Enoc
Directeur Général



Les profils curieux et « touche-à-tout » font merveille sur les postes d'acheteurs. Les exemples de mobilité interne - très facilitée au sein du groupe - ne manquent pas. « Je suis très Groupe Samse ! confirme Adrien, chez SIMC. « Multi-enseigne et multi-métier ! » Entré au siège en 2002, Adrien est passé au contrôle de gestion, à la formation (chargé de déployer le logiciel de gestion commerciale "Bravo"), à la direction de gestion Simc, à la DRH, et depuis 2025 à la Direction Générale de l'enseigne.

« Tout l'enjeu, c'est de respecter les équilibres » explique Florent Durez, Directeur d'Activité PPI Groupe Samse (plafonds, plaques de plâtre, isolation). « On n'est pas dans l'achat « one shot » ; **il faut faire vivre la relation avec le partenaire-fournisseur.** On est sûr de la fidélité. Ma vision personnelle, c'est que le qualitatif attire le quantitatif. Une belle offre bien bâtie, bien mise en avant, ça va payer. Cela sous-entend logistique, pédagogie... » « C'est un métier d'équilibriste » renchérit Corinne. « Où met-on le curseur ? Qu'est-ce que les clients sont prêts à payer en plus pour la fabrication française, par exemple ? »

Au cœur du réacteur

« Aux Achats, on est des acteurs au niveau du chiffre, de la marge, toujours en lien avec les cellules Appro. On a toujours le nez sur le taux de rupture ; sur le respect du plan de stockage (stock dormant), on est au carrefour de tout. Au cœur de la machine » poursuit Laurent. « **Mon enjeu, c'est d'assurer notre dynamique commerciale, et qu'elle**

**On achète
et on revend.
Ni plus, ni moins.**

**La valeur qu'on apporte,
c'est de bien acheter
+ ajouter du service.**

Bruno Martel (Doras)

corresponde bien à celle du groupe.

Subvenir aux besoins du terrain tout en restant au plus proche de la cellule Achats de Stéphane Jourdan. Tout doit cohabiter. Nous sommes la courroie de transmission » complète Mathieu Jamet, Directeur Achats et Marketing Produits VM Matériaux.

Florent, Directeur d'Activité au siège, approuve : « Nous sommes le relais enseignes. Nous travaillons en transparence avec elles pour nourrir la stratégie groupe. **Nous sommes au service des agences et enseignes, nos clients en interne** ».





Florent Durez
Directeur Activités
Plaque de plâtre, Plafonds
et Isolation

Groupe
SAMSE

Quelle place dans la stratégie du groupe ?

Imagine 2030 a donné le cap d'un développement à l'échelle hexagonale. Cela impacte-t-il les Achats ? Stéphane Jourdan, Directeur Achats Groupe, nous répond : « Le Groupe Samse a l'ambition d'un réseau national, cela signifie l'entrée de nouveaux fournisseurs. Sur la côte vendéenne, les systèmes constructifs et les intervenants ne sont pas les mêmes, par exemple. L'intégration de VM Matériaux nous apporte de nouveaux contacts. »

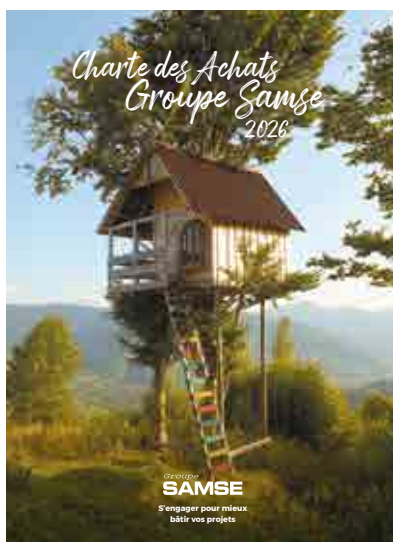
« Imagine 2030, on l'accompagne donc forcément sur le choix des fournisseurs, sur le référencement. Mais **on accompagne aussi la spécialisation, le développement de la MDD (marque distributeur) et l'ambition environnementale**. Notre Charte des achats responsables invite les industriels à mettre l'accent sur quatre critères.

- **L'emballage et le sur-emballage**. On s'est aperçus avec la REP (la reprise des

déchets) à quel point c'est crucial. Et de la quantité de déchets produite...

- **Le cycle de vie du produit**, l'empreinte carbone. La fiche FDES (Fiche de Déclaration Environnementale et Sanitaire) est un outil très fastidieux à mettre en place pour les industriels et coûteux mais on doit absolument pouvoir tracer le produit. Le timing d'obligation est à 2030 mais d'ores et déjà les majors, les grosses commandes publiques nous disent : « S'il n'y a pas de fiche FDES, on n'en veut pas ».

- **La durabilité d'un produit**. Nous cherchons des produits plus costauds que jetables. Vertueux. Avec un bon rapport qualité-prix. Nous préférons ce qu'on peut recycler, réparer à terme. La notion de seconde main commence à intéresser.



- **La manière dont sont fabriqués les produits** (normes ISO, etc.). On opère un tri par rapport à cela, en s'intéressant aux outils de production des industriels. On a mis une équipe en place sur la Charte. **C'est un gros chantier Imagine 2030, la responsabilisation de notre offre**. En une année, déjà 20 % de nos industriels ont signé cette charte. »

Une offre éco-responsable

« On a beaucoup progressé sur l'origine des produits » détaille Corinne Tardy. « Imagine 2030 a donné un coup d'accélérateur à cela. On cherche vraiment une provenance française de préférence. Pour le carrelage, pour la pierre naturelle, pour les sanitaires, on est vraiment sûr de l'Europe au maximum. C'est l'un des gros marqueurs Imagine 2030 : l'éco-responsabilité. Le circuit-court avec le made in France (pour l'employabilité, pour l'empreinte carbone...), chaque fois que c'est possible; tout en restant compétitifs.» Une question d'équilibre, là encore.

« Le cycle de vie des produits est scruté afin de proposer des fiches FDES toujours plus performantes pour rentrer dans le cadre de la RE2020 qui mesure activement le carbone » complète Florent Durez. Le directeur d'activités PPI débusque ossatures métalliques bas carbone, plaques de plâtre 100 % recyclées et productions végétales d'origine française pour les isolants, par exemple. « Dans notre secteur, ça innove et ça "upcycle". Les majors ne sont pas en reste, d'ailleurs, et sortent des produits bas carbone. »

« Gros enjeu, l'empreinte carbone. De nombreux clients nous incitent, par leur mode constructif, à avoir la bonne offre. »

Bruno Martel (Doras)





« La MDD (Marque De Distributeur) ATOUT PRO, c'est nouveau, c'est puissant, on a créé une marque exclusive » explique Adrien Enoc (Matériaux Simc). C'est vraiment un super job effectué par les Achats même si tout est interconnecté, comme toujours. On propose des produits techniques, professionnels, intéressants en prix. On les vend dans toutes les enseignes du groupe car on les trouve chez Simc, chez Samse, chez M+ Matériaux, etc... Le client peut retrouver la gamme partout (400 références de qualité) mais uniquement dans notre réseau. »



Mathieu Jamet
Directeur Achats



sûr. On navigue entre cette réelle volonté de minimiser l'impact carbone et la réalité concurrentielle et économique des clients finaux. On a aussi cette trajectoire bas carbone sur l'EDB » confirme Nicolas Santacatalina, Directeur de l'Offre Produits et des Services de l'enseigne.

La « multi » spécialisation, une émanation des réflexions Imagine 2030

« **La mission de nos acheteurs ?** » explique Stéphane Jourdan, Directeur des Achats, « **accompagner la spécialisation. L'un des enjeux forts du métier, soit à travers des filières (TP & Eau, Bois), soit via des marques (MPPI, Caréo, Ménéo...).** Leur mission : repérer d'éventuelles nouvelles marques spécialistes et expertes, aller

chercher des produits très particuliers, des marques pointues pour répondre à des besoins précis. Travailler une gamme plus large, plus spécialisée. Former des vendeurs connaisseurs. En tant que patron des achats, je dois alimenter notre réseau de nouveaux fournisseurs, en plus des classiques. Les majors, les prescripteurs, il est évidemment très important de les avoir. C'est le gros du volume. Mais nous cherchons des produits plus locaux, en parallèle. Isolants, agrégats, les lignes bougent, des produits innovants sont proposés. Avec les industriels, si le co-développement est possible, on aime bien.

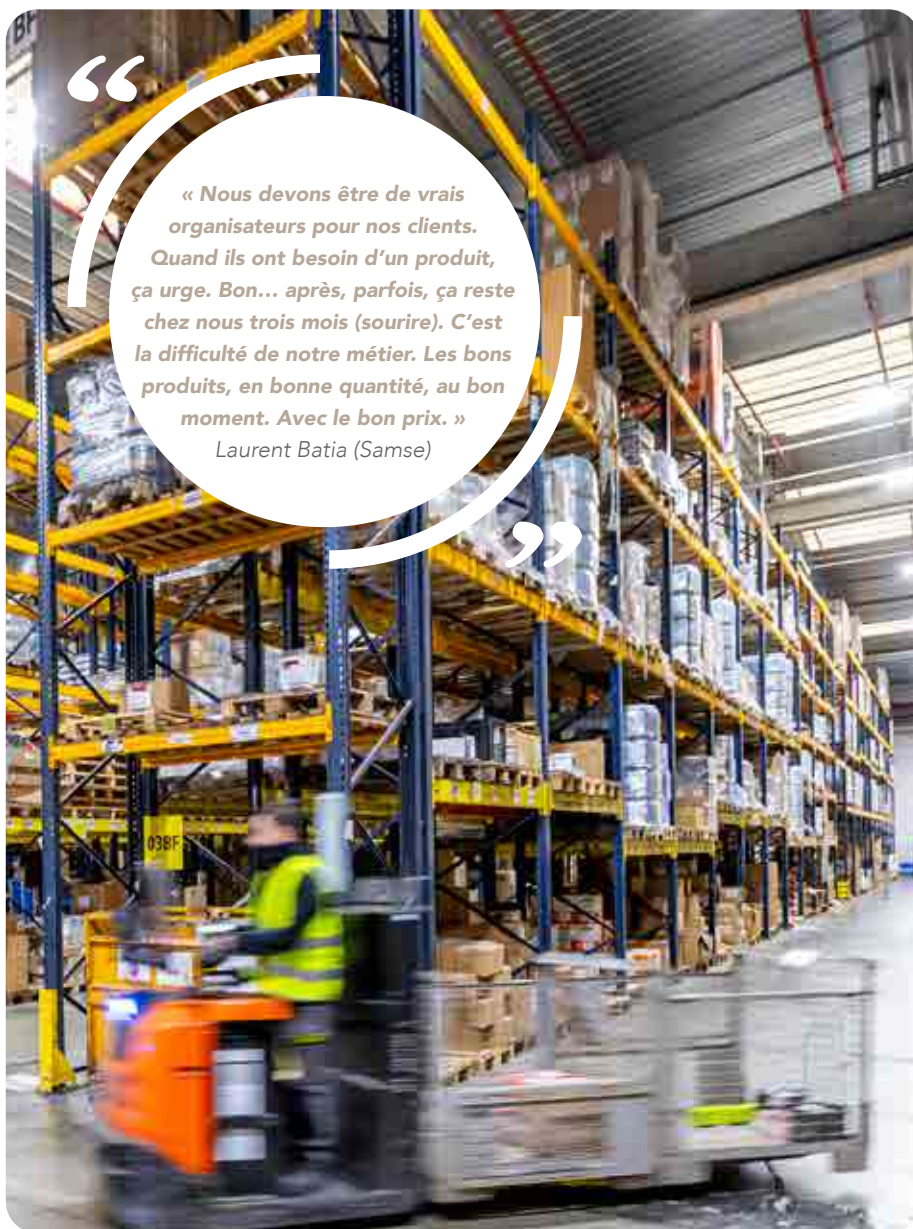
Je pense à Valosense, par exemple, l'isolant responsable à l'empreinte carbone diminuée. L'entreprise, basée en Haute-Loire, travaille à partir de cartons recyclés. Nous avons été parmi les premiers à croire en eux et à mettre notre réseau

En GSB (Grande Surface de Bricolage), l'exercice est encore plus délicat mais à L'Entrepôt du Bricolage, seulement 4 à 5 % des produits sont de grand import. Ce qui est extrêmement peu (souvent des produits introuvables ailleurs). « On rebascule le plus possible de dossiers en Europe et, si possible, en France, bien



« *Imagine 2030, on l'incarne au sens où on a un rôle de coordination et de synergie inter-enseignes. On a mis en place le client unique pour le réseau MPPI : un exemple de synergie en droite ligne avec la stratégie groupe.* »

Florent Durez (Groupe Samse)



« Nous devons être de vrais organisateurs pour nos clients. Quand ils ont besoin d'un produit, ça urge. Bon... après, parfois, ça reste chez nous trois mois (sourire). C'est la difficulté de notre métier. Les bons produits, en bonne quantité, au bon moment. Avec le bon prix. »

Laurent Batia (Samse)

« Le groupe se spécialise. L'artisan doit se retrouver chez lui. Avec des vendeurs qui parlent comme lui. Des outils adaptés à son métier. »

Mathieu Jamet (VM Matériaux)

Jamet (VM). « Quand on se spécialise, on doit devenir expert, donc monter en compétences. Il faut accompagner les points de vente. On est dans un milieu très humain. Quelqu'un qui fonctionne bien se fait un nom. Les artisans savent qu'il peut leur trouver des solutions. »

L'humain. Avant tout.

« Dans le métier du négoce, il faut du relationnel et être factuel : ça, ça a été respecté, ça, non » tranche Laurent Batia (Samse). « Comment résonne ton négoce », c'est LA question à se poser, pour Mathieu Jamet (VM Matériaux). « Cela ne s'apprend pas en cours mais sur le terrain, aux côtés des fournisseurs-partenaires. »

« Grâce à cette relation, nos équipes montent en compétences. **Nous nous appuyons sur les fournisseurs-partenaires pour nous montrer la mise en application de leurs produits, nous communiquer les normes, les nouveaux produits** » poursuit Mathieu. « C'est une relation de confiance » affirme Florent Durez. « J'attends des partenaires-fournisseurs qu'ils nous apportent la vision. Qu'ils complètent la nôtre en faisant preuve de transparence sur leur stratégie. »

« Il faut qu'on ait les billes. Et pour ça, l'outil indispensable, c'est le relationnel. Tous métiers de l'achat confondus. »

Laurent Batia (Samse)

de distribution à leur disposition .

Notre travail, c'est ça : cet équilibre entre deux typologies de produits. Les traditionnels, les grands classiques, testés et approuvés, et les plus innovants.»

« Sur le terrain, après Imagine 2030, on a cherché à créer de la synergie entre les enseignes, de la co-activité. Accélérer les rapprochements » raconte Bruno Martel, Directeur des Achats et des Ventes Doras. Ainsi voit-on la création d'enseignes Doras MPPI sur un site Socobois, par exemple. Des Ménéo chez Doras. Un Ménéo chez EDB. La nouvelle enseigne s'appuie sur la présence historique d'une autre enseigne. Nous travaillons notre réseau.

« Cette spécialisation permet de toucher une typologie de clients qu'on

n'avait pas encore, grâce à l'expertise métier. Il faut s'appuyer sur la force du groupe, sur la force d'Imagine 2030, pour développer de nouvelles opportunités. À l'acheteur de bien comprendre cette finesse de la segmentation clients (besoins et attentes). »

« Trouver au même endroit plusieurs marques de produits, ça permet de se démarquer. Ces agences spécialistes, c'est une vraie stratégie de développement » assure Adrien Enoc, Directeur Général Matériaux Simc. « Le côté inter-enseignes facilite ça. » Un marqueur fort que cette spécialisation. « Il faut aider les clients à gérer les urgences. Ils n'ont plus de stock chez eux : c'est de l'argent qui dort » analyse Mathieu

Devenir acheteur

Des parcours et profils très "Groupe Samse"

Des parcours variés, mais du métier ! Les recruteurs maison aiment l'expérience terrain. **Mathieu Jamet** (VM Matériaux) a un « parcours inhabituel » dit-il. En réalité, plutôt typique du Groupe Samse où on sait apprécier ces profils : « Je suis autodidacte. Maçon au départ, Compagnon du devoir, j'ai dû m'éloigner du chantier. J'ai passé 11 ans chez Placoplâtre (de démonstrateur à chef de produit), puis quatre chez Weber (chimie du bâtiment). Je suis entré chez VM Matériaux comme chef de marché PPI ». Un profil en or pour les achats.

Bruno Martel (Doras), d'abord dans les RH, met un pied dans le commerce chez Point P. « 20 ans que je travaille dans le négoce de matériaux : chef d'agence, chef des ventes, directeur de région, puis directeur marketing et logistique... J'avais un gros bagage, avant d'arriver chez Doras. Avec ce parcours, j'ai une solide boîte à outils à ma disposition. »

Florent Durez lui aussi a roulé sa bosse (ATC Point P, acheteur national Bricomarché, category manager LITT spécialiste PPI puis entrepreneur au Canada) avant d'ouvrir une agence VM PPI (« un challenge venu affûter mes connaissances métier »).

Tout comme **Laurent Batia** avec ses 12 ans chez KP1 (béton pré-contraint). « Mon papa (chef de chantier qui travaillait avec la Samse) m'a dit un jour : Pourquoi tu ne travaillerais pas chez eux ? » J'ai fait pas mal de postes, depuis : adjoint chef d'agence, chef d'agence. Puis le monde de l'achat. »

Corinne Tardy, ancienne de Novoceram, a été directrice d'activité carrelage et sanitaire pour le Groupe Samse de 2002 jusqu'en 2025. « On ne peut pas bien faire notre travail si on n'a pas cette connaissance du milieu. Si on n'a pas du métier. L'expérience acquise chez ce gros industriel du carrelage a fait toute la différence. »

Stéphane Jourdan, Directeur Achats groupe,

confirme : « Les directeurs d'activités, chez nous, viennent du métier. C'est très Groupe Samse, ça. Ce sont tous des connaisseurs. Nous y sommes très attachés. » ■



Mathieu Jamet
Directeur Achats et
Marketing produits



Bruno Martel
Directeur Achats
et Ventes



Florent Durez
Directeur Activités
PPI



Corinne Tardy
Directrice Activité
Carrelage Sanitaire



Laurent Batia
Responsable Tarifs
Achat et Vente



« Il importe que les fournisseurs aient de l'estime pour toi. Bâtir, c'est aussi avec nos fournisseurs » continue Corinne Tardy. « Ce qu'on cherche, c'est vraiment la coopération. Pas de passage en force. C'est gagnant gagnant sur le long terme. Sinon... Les gens se connaissent tous dans nos métiers, alors attention à la réputation ! »

Plus que des fournisseurs, des partenaires

Il faut pouvoir retaper à la porte, l'année suivante. « Nos fournisseurs aiment bien le Groupe Samse : on sait de quoi on parle, on respecte nos engagements, on est très fidèles » explique Corinne. « On co-construit avec l'industriel : qu'est-ce qui t'arrange ? Comment moi, je trouve mon compte ? On est sous tension dans les négos car les enjeux financiers sont importants mais notre rôle à chacun, c'est de tirer le meilleur l'un de l'autre. Le contexte actuel est difficile » avoue Florent Durez. « Les volumes en retrait. Préserver la marge, c'est une équation complexe. »

« Ici, pas de fournisseurs-jetables. On ne donne pas dans le one-shot. Nos collaborations s'inscrivent dans la durée. »

Adrien Enoc (Matériaux Simc)

Achats : des métiers de vision

« Le carrelage a ses collections annuelles, sa « Fashion week ». Les fournisseurs exposent leurs dernières nouveautés à nos vendeurs pour qu'ils préparent leur showroom. Comme à Albertville où

Solène et Nathalie ont leur petit corner Caréo au sein de l'agence Samse. A l'écoute du client, particulier ou pro, elles l'aident dans ses choix avec leur œil très déco. Dans notre référencement, on va avoir de grandes maisons, de belles marques de notoriété, mais aussi des produits de niche pour être toujours au fait des dernières tendances. Il faut réussir cet équilibre entre grands classiques et produits plus mode ».

Même ressenti chez Laurent Batia : « Le but, c'est de construire avec eux. Que ça dure dans le temps. C'est l'un de nos critères. » Et chez Adrien Enoc : « On parle de partenaires, mais c'est vrai, ce n'est pas pour la forme. On sait réunir les



Portrait-robot de l'acheteur

« On est responsable de la marge, donc du résultat du groupe. Avoir les bons prix d'achat pour proposer de bon prix de vente. Nous sommes les garants du fait qu'on puisse vivre. C'est sous notre contrôle. On en a beaucoup sur **les épaules.** »

Des yeux et des oreilles, à l'affût de tous les indices ; salons, tendances, veille, concurrence, nouveautés, usages... Un œil sur le futur. « Regarder à 3-5 ans sur le périmètre de nos métiers. Anticiper. » Un œil sur le passé et l'historique du fournisseur. Un sur le présent des points de vente. « Il faut que le produit soit adapté au marché pour qu'il se vende. »

Un œil à 360°. « Aimer passer d'un sujet à l'autre, être agile. Tu vas aller voir la finance, les agences, l'informatique... tu aides à orchestrer tout ça. »

Une bouche qui sait " parler franc. " « À la fin de l'année, les primes sur les remises consenties par les fournisseurs vont aux agences, pas au siège. À condition qu'elles jouent le jeu sur les fournisseurs choisis. On bosse en transparence à la fois avec les industriels et les enseignes. »

Des tripes pour mener les négos et « ne rien lâcher, mais dans le respect du partenaire-fournisseur. »

De bonnes jambes, pour aller sur le terrain. Se rendre compte des choses. « Il faut aller écouter le terrain. »

« Il faut être structuré, méthodique et ordonné. Avoir **l'esprit d'analyse, de synthèse.** Aimer les chiffres et Excel. »

« On fait du cousu-**main.** » « L'enjeu, c'est de construire l'offre en lien avec le groupe. Les directeurs d'activité siège définissent le cadre du jeu : les référencements de fournisseurs-partenaires qui répondent à notre cahier des charges. Puis on va l'affiner par bassins géographiques, agence par agence. »

« Ça passe par de la formation, du plan de stock, c'est très collaboratif. On bosse **main dans la main** avec une multitude d'interlocuteurs. » « S'engager pour mieux bâtir » : il faut le bon produit au bon moment. Les achats comme la logistique font partie de la Supply Chain. Gérer les flux, c'est l'art de la collaboration. »



L'équipe Achats Groupe Samse

Olivier Million-Picalion : Directeur Activité Gros Œuvre

Frédéric Jannin : Directeur Activité Menuiserie

Vincent Mouget : Directeur Activité Carrelage Sanitaire*

Hervé Lefevre : Directeur Activité Libre-Service

Alain Doucet : Directeur Optimisation des Marges

Eric Lotenberg : Directeur Activité Travaux Publics Adduction Eau

Florent Durez : Directeur Activités Plaque de plâtre-Plafond-Isolation

Rifki Baccar : Directeur Activité Couverture Etanchéité

Stéphane Jourdan : Directeur Achats

* Remplace Corinne Tardy à compter du 01/01/2026.

Dès mars, on file sur le terrain.

« Les gars, je ne veux pas vous voir ! Allez observer comment les industriels bossent ». L'humain, c'est ce qui donne la valeur aux choses. Les relations sont trop fragiles si on est hors sol, dans une tour d'ivoire. »

Stéphane Jourdan
Groupe Samse

forces commerciales pour faire de la vente conjointe, des opérations spéciales, par exemple. Dans les achats, il y a une partie d'équilibre entre les fournisseurs. Si on travaille avec trois industriels sur un type de produits, cela permet de pouvoir répondre à tous les besoins de nos clients. »

le plus longtemps possible. Le but est là. Durer » conclut Laurent Batia. « On est la force de l'ombre qui s'engage pour être proches des clients, » renchérit Adrien. « **Les achats font la puissance du Groupe Samse. Son unité. Son ciment.** » ■

Un job qui demande de l'engagement

« **S'engager pour mieux bâtir ensemble vos projets, c'est un job de tous les jours pour nous. Tout va dans ce sens. Faire en sorte d'avoir les bons partenaires pour que ça marche le mieux et**

Les particularités de L'Entrepôt du Bricolage

De l'offre de services et de la saisonnalité



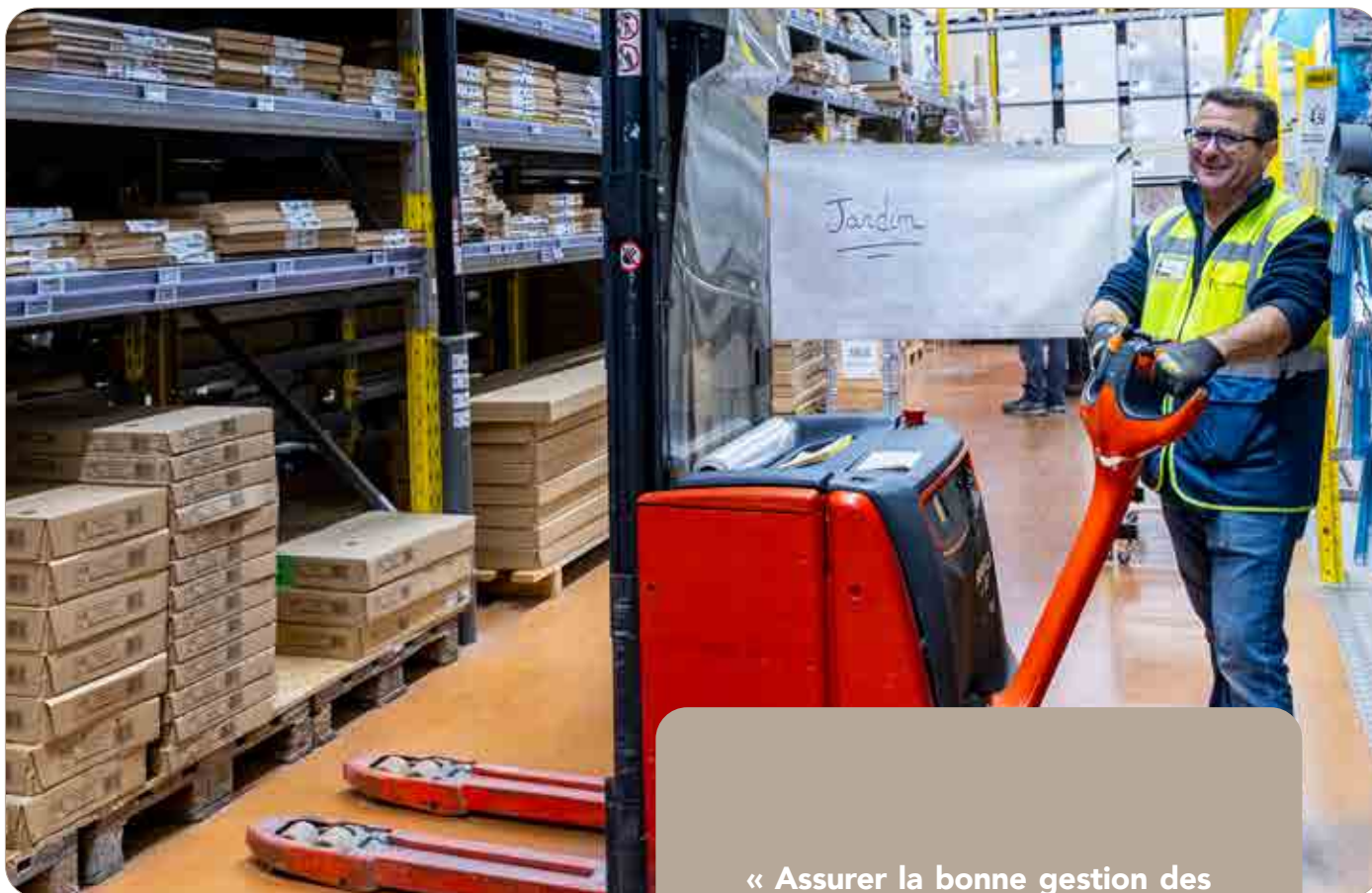
Nicolas Santacatalina
Co-Directeur Offre Produits

L'ENTREPÔT
DU BRICOLAGE

Nicolas Santacatalina fête ses 26 ans d'Entrepôt. « Je suis un bébé EDB ! J'ai commencé à Comboire en alternance, je suis aujourd'hui co-directeur de l'offre produits et services, avec Nicolas Joly » .
« Chez EDB, on ne vend plus seulement un produit, mais toute une offre globale. La partie Achats s'est enrichie de la partie services : location de matériel, de véhicules, livraison, offre de seconde main, après-vente et désormais, la pose. Nous avons recruté un responsable ' Pose ' , pour proposer une offre autour des poêles notamment. On doit aussi trouver des poseurs de cuisines, de menuiseries, en local et de qualité. Objectif : avoir la même offre dans tous nos magasins. Un travail de longue haleine. »



« Beau challenge sur la partie Services : nous sommes en train de penser une offre globale "produit et pose inclus", c'est un changement de braquet. On vise 100 % des magasins. Ambitieux ! »

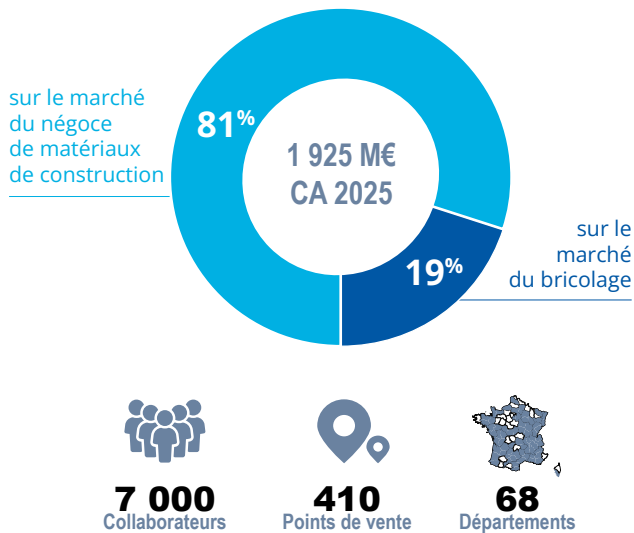


Le job de Nicolas ? « Trouver le bon équilibre entre les négociations de tarifs compétitifs, les francos, les remises de fin d'année, la bonne disponibilité produit, la bonne logistique sur une offre et une gamme attractive et de qualité. » Ce n'est pas évident de cocher toutes les cases, mais c'est ce qui fait le charme de ce métier passionnant et exigeant. La fonction Achat est très stratégique sur de nombreux points. La vérité, c'est le client final qui l'a. Le couperet tombe très rapidement si tu ne trouves pas le point d'équilibre. » ■

« Assurer la bonne gestion des produits saisonniers est tout un art. Certains rayons font l'objet d'un gros enjeu de disponibilité produits. Les salons de jardin, planchas, climas sont commandés près de six mois à l'avance. Or, tu ne connais pas la météo à l'avance. Il n'y a pas de juste milieu : soit tu en commandes trop, soit pas assez ! Il nous faut prendre des paris commerciaux sur des produits très météo-dépendants » explique Nicolas.

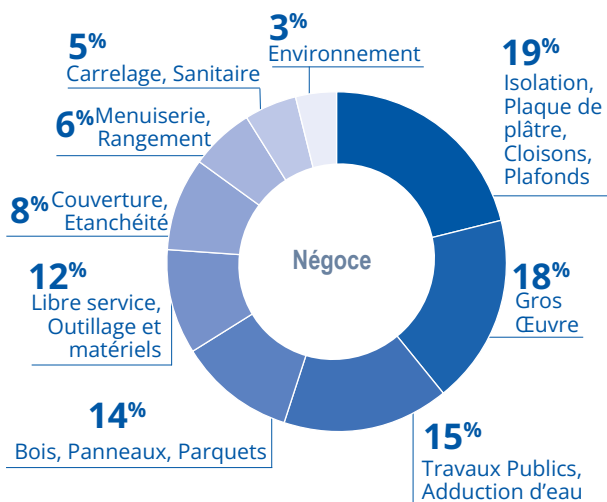
Le Groupe Samse, un acteur majeur sur le marché français

Chiffres clés 2025

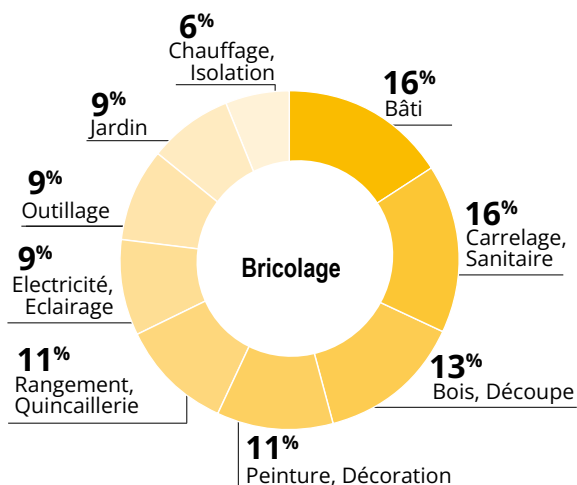


Répartition du chiffre d'affaires

Activité Négoce

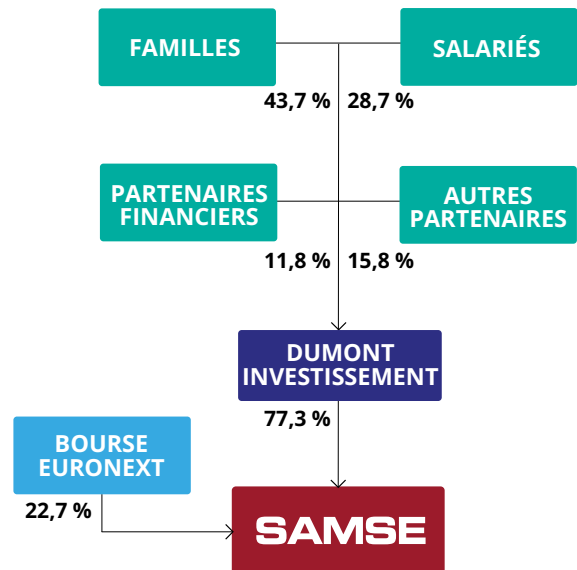


Activité Bricolage



Un actionnariat stable

Créée en 1920, Samse est une société cotée en Bourse. Son cœur actionnarial est centré autour des familles historiques et des collaborateurs auxquels viennent s'ajouter des partenaires de longue date et des partenaires financiers qui nous font confiance.



EthiFinance
ESG ratings

Évolution Rating

2025

68/100*

au Rating d'EthiFinance ESG

2024

65/100**

au Rating d'EthiFinance ESG

2023

55/100**

au Rating d'EthiFinance ESG

*Données arrêtées au 31 décembre 2024. **La note de 65/100 présentée ci-dessus correspond avant recalcul, à une note de 71/100 obtenue courant 2024 au titre de l'exercice 2023. Ce recalcul s'applique également à la note obtenue courant 2023. En effet, afin de détailler certaines questions et d'inclure de nouvelles obligations réglementaires, EthiFinance retravaille régulièrement son questionnaire. Pour prendre en compte ces changements, il modifie la méthodologie de notation et recalcule les années précédentes à méthodologie comparable. Les notes d'EthiFinance ne sont en aucune manière un « conseil en investissement » ou une « recommandation d'investissement » ou plus généralement une quelconque recommandation d'acheter ou de souscrire, de céder ou de conserver le titre Samse.

Une famille d'enseignes complémentaires
et reconnues, leaders sur leur secteur

NÉGOCE

Multispécialistes



et leurs Marques Spécialistes



Multispécialistes partenaires



Multispécialistes affiliés



BRICOLAGE



FILIÈRE TRAVAUX PUBLICS & EAU

Activité Travaux Publics



Activité Adduction d'Eau



Activité Hydraulique des Bâtiments



FILIÈRE BOIS



SUPPLY CHAIN

Transports



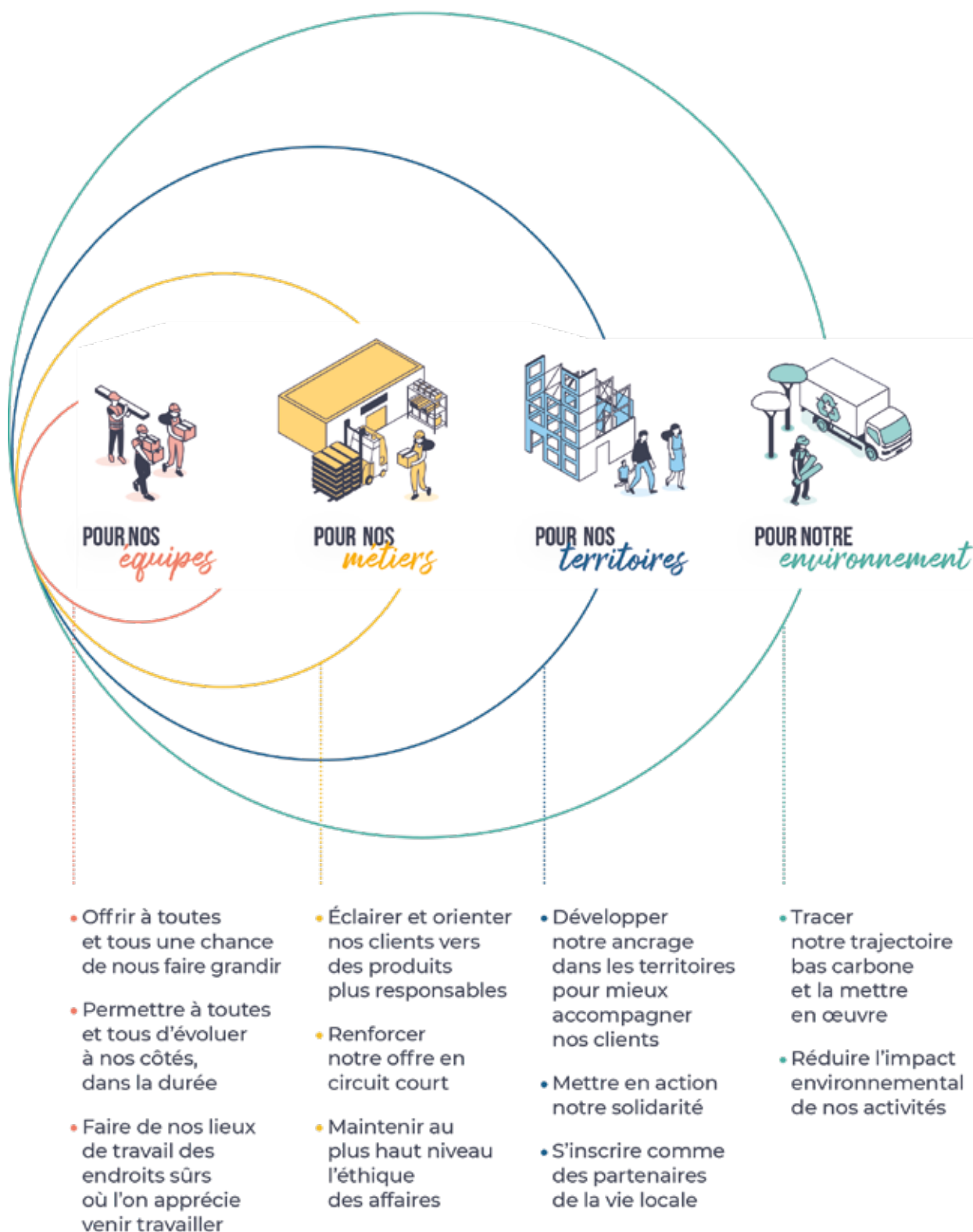
Plateformes



Notre Démarche RSE

4 PILIERS

pour incarner nos engagements



SIX OBJECTIFS* INSCRITS DANS LA DURÉE

2026

≥ 90/100

**aux audits
prévention-sécurité**
sur tous nos points
de vente

2026

-10,8 %

de recours au gazole
pour 100km
**parcours par notre
flotte de poids lourds**

2027

- 47 %

**d'accidents
avec arrêt**
(TFI = 15)

2028

100 %

des collaborateurs ont une
**action de développement
des compétences**
chaque année

2030

40 %

**de femmes
dans les effectifs**

2030

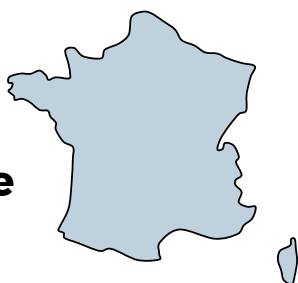
65 %

**de fournisseurs
engagés via notre
Charte Achats
Responsables**

UNE AMBITION

2030

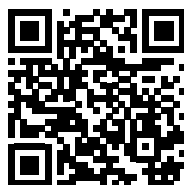
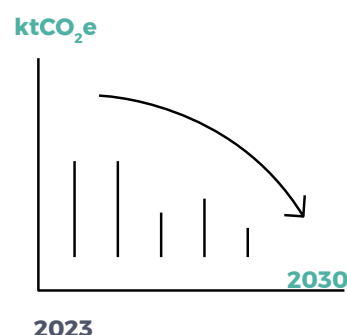
Être
présents dans
toute la France
métropolitaine



UNE TRAJECTOIRE

2030

Réduction
des émissions de
gaz à effet de serre
à 2030 alignée sur les
Accords de Paris



Retrouvez notre
Rapport RSE 2025

<https://www.groupe-samse.fr/rapport-rse>

Groupe
SAMSE ✓
s'engage

* Les périmètres et méthodologies de calcul sont détaillés dans notre Rapport RSE.

Notre groupe adopte un modèle de gouvernance collégiale, fondé sur un Comité Exécutif issu du salariat.

Notre organisation

Le fonctionnement décentralisé est également au cœur de notre organisation. Certaines fonctions sont pilotées en central pour une meilleure efficacité (Systèmes d'Informations, Supply Chain, Achats, Finances).

Nos enseignes conservent cependant une totale autonomie sur leurs approches commerciales et marketing pour une plus grande proximité clients.



Yannick Lopez
Directeur
Général Délégué

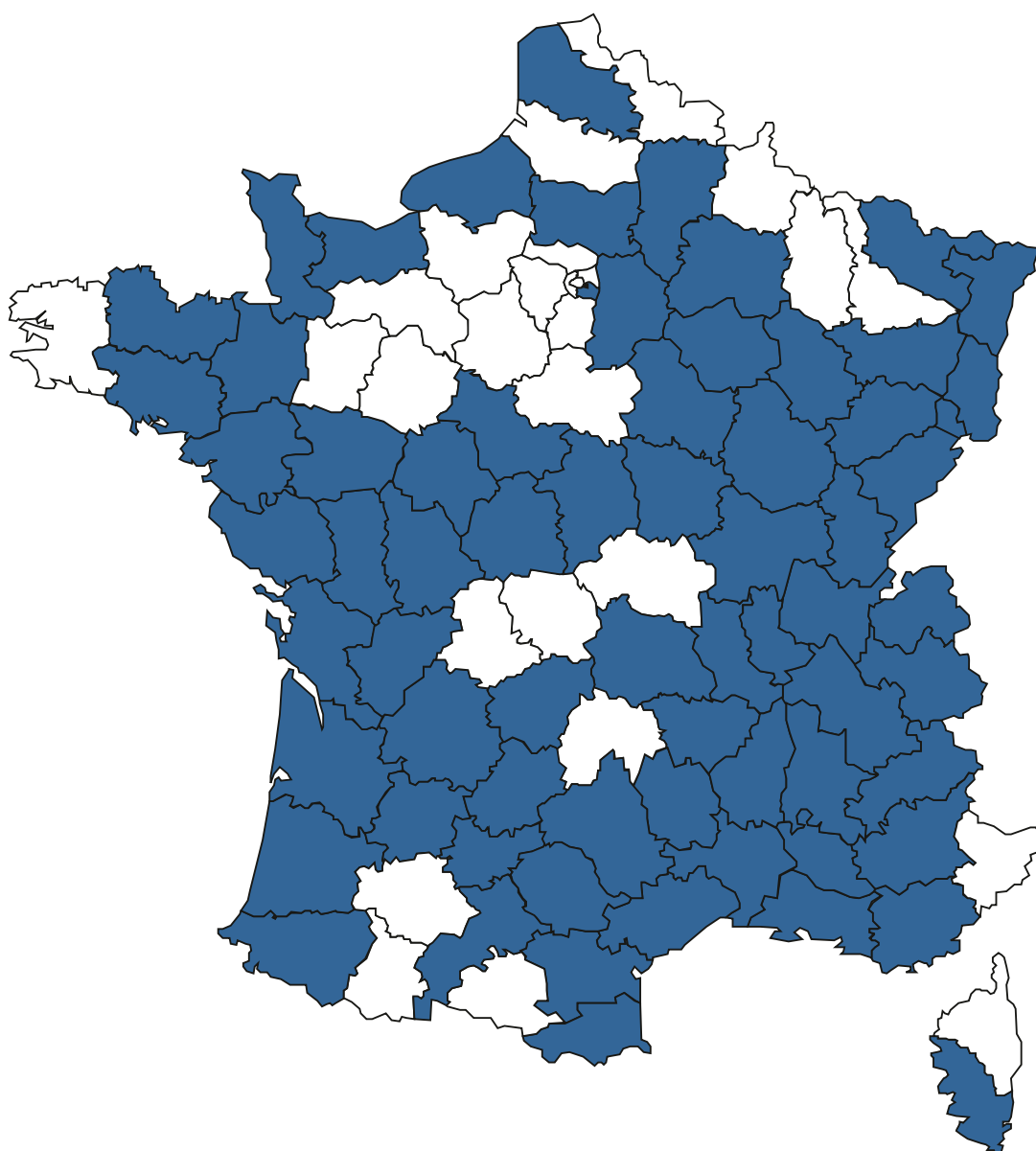
Gilles Puissant
Directeur
Général Délégué

Laurent Chameroy
Directeur Général

Karen Vaylet
Directrice
Générale Déléguée

Arnaud Bériot
Directeur
Général Délégué

23 enseignes complémentaires réparties
sur **68 départements** à travers un réseau
de **410 points de vente**.



**" S'engager pour mieux
bâtir vos projets "**

NEGOCES MULTISPECIALISTES

DU GROUPE SAMSE



“ Le Groupe Samse déploie un réseau de négoce multispecialistes au plus près des territoires et des clients.

Karen Vaylet, Directrice Générale Déléguée Groupe Samse

Le Groupe Samse s'appuie sur un réseau de négoce multispecialistes, opéré sous les enseignes Samse, Doras, M+ Matériaux, VM Matériaux, Simc et Plattard Négoce.

Ce réseau accompagne les professionnels du bâtiment sur l'ensemble de leurs projets, qu'il s'agisse de construction neuve ou de rénovation.

Grâce à un maillage dense du territoire, les agences du groupe bénéficient d'une implantation locale forte, aussi bien en zones urbaines que rurales. Elles mettent à disposition une offre produits étendue, soutenue par des capacités de stockage significatives, permettant d'apporter des solutions adaptées à la diversité des besoins clients.

L'organisation logistique constitue un levier clé de performance du réseau. Elle repose sur plusieurs plateformes assurant un approvisionnement régulier des points

de vente, garantissant ainsi la continuité et la fiabilité du service.

Les équipes en agence disposent d'un haut niveau d'expertise technique, couvrant un large spectre de métiers, du gros œuvre aux aménagements extérieurs, et assurent un accompagnement fondé sur le conseil et la qualité de service.

Par ailleurs, les négoce multispecialistes du Groupe Samse intègrent des espaces Libre-Service et des salles d'exposition, offrant aux clients une vision complète des solutions disponibles.

En s'appuyant sur le réseau de négoce multispecialistes du Groupe Samse, les clients bénéficient d'une offre globale et cohérente, portée par un modèle de proximité et de conseil. ”



Chiffres Clés Négoces Multispécialistes 2025 (hors affiliés et partenaires)

4
enseignes

291
agences

3 682
collaborateurs

1 037 M€
chiffre d'affaires



Proximité et réactivité

Une aventure portée par des femmes et des hommes de terrain.

Référence incontournable de la distribution de matériaux de construction et d'outillage, Samse met à profit plus d'un siècle d'expérience pour proposer à ses clients des services et des solutions sur mesure. Partenaire régional de confiance, nous nous appuyons sur notre ancrage territorial pour cultiver une relation fondée sur la proximité, l'écoute et la réactivité, au service des clients professionnels comme particuliers.

ORGANISATION SAMSE

DIRECTION GÉNÉRALE :

Yannick Lopez

Valérie Gagliardi (à compter du 12 janvier 2026)

COMITÉ DE DIRECTION :

Directeur Commercial : Cédric Brusut

Directeur Opérationnel : Laurent Laroche

Responsable du Contrôle de Gestion :

Anthony Saby

Directrice des Ressources Humaines :

Lauranne Tornambé

Directeur des Achats et Pricing :

Jean-Marc Damour

DIRECTEURS DE RÉGION :

Isère : Vincent Barberot

Haute-Savoie : Eric Gottié

Savoie : Christophe Lyonnet

Ouest AURA : Fabrice Lauricella

Hautes-Alpes et Alpes de Haute-Provence :

Bruno Richard

Drôme-Ardèche : Gérard Brakha



“ Renforcer nos bases, pour construire un avenir solide !

Yannick Lopez :

Directeur Général Délégué Groupe

Valérie Gagliardi :

Directrice Générale Déléguée Samse

C'est dans un contexte économique particulier, marqué par un marché fortement affaibli, que s'achève l'année 2025. Cette conjoncture exigeante nous a conduits à prendre du recul et à repenser en profondeur notre organisation, afin d'insuffler une nouvelle dynamique à l'enseigne.

Cette année, nous avons concentré nos efforts sur l'engagement des équipes et l'optimisation de nos modes de fonctionnement avec pour objectif de préserver nos parts

de marché et d'assurer un haut niveau de satisfaction auprès de nos clients. Nous sommes convaincus que la relance durable de l'activité repose sur la mobilisation des compétences et l'engagement de chacun. Cette relance s'appuiera sur un modèle commercial résolument tourné vers l'avenir, visant à simplifier et fluidifier le parcours d'achat. ”

Chiffres clés Samse



1 361
collaborateurs



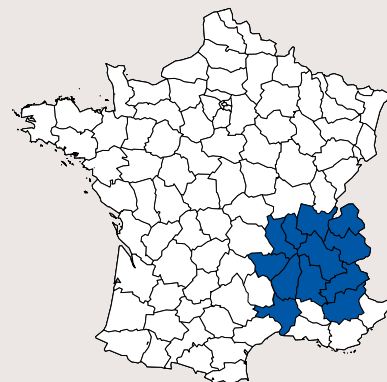
97
agences



364 M€
chiffre d'affaires

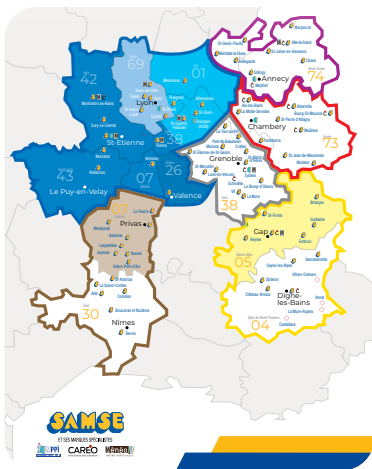


Enseignes affiliées



Transformer notre organisation pour relever les défis de demain

Les dernières années ont été marquées par une instabilité durable du contexte socio-économique, qui a fortement impacté notre secteur d'activité. En réponse à cette conjoncture inédite, Samse a entrepris une **réorganisation profonde**, passant de neuf à six régions commerciales. L'enjeu de ce projet est de repenser notre maillage selon une logique plus forte de bassins éco-



nomiques tout en conservant ce qui nous caractérise : la proximité avec nos équipes et nos clients.

Collectivement, nous mobilisons plusieurs leviers pour renforcer notre efficacité opérationnelle : **optimiser** notre performance commerciale, **garantir** un service de qualité à nos clients, **encourager** la polyvalence de nos équipes, **améliorer** la maîtrise de nos stocks...

Cette nouvelle configuration s'accompagne également d'une évolution de notre modèle organisationnel : la gouvernance a été adaptée et nous poursuivons la professionnalisation de nos métiers afin de mieux anticiper les besoins du marché. Ces transformations témoignent de notre volonté d'agir de manière proactive et de poser des bases solides pour bâtir les conditions d'une reprise durable. ■

La prévention au cœur de nos actions

La sécurité n'est pas seulement une obligation légale mais une valeur fondamentale au cœur de notre stratégie d'entreprise.

Chaque collaborateur doit travailler dans un environnement sûr, où les risques sont identifiés, évalués et atténués de manière proactive. C'est pourquoi nous nous engageons à mettre en place des pratiques de travail sécurisées et à fournir les ressources nécessaires pour garantir la sécurité de tous au quotidien.

En 2025, nous avons lancé une démarche de formation structurante qui place les managers et les collaborateurs au centre de cette dynamique afin de réduire le nombre d'accidents et d'en limiter la gravité. Ce travail de fond, mené sur le long terme, commence déjà à porter ses fruits : nos indicateurs de sécurité montrent une amélioration significative, reflet de l'efficacité des actions engagées et de l'importance que nous accordons à la prévention. ■



Une expérience client enrichie, en magasin comme en ligne

C'était une forte attente de la part de nos clients, et nous y avons répondu. En 2025, nous lançons la marque **ATOUT PRO**, conçue pour leur offrir le meilleur rapport qualité/prix sur un assortiment de plus de 400 références.

Cette année a également été particulièrement riche en animations commerciales et nous l'avons terminée par la préparation, sur le dernier trimestre, de notre événement bienal, le Salon Samse à Chambéry (73). Nous constatons également une forte montée en puissance du digi-

tal, marquée par une augmentation significative des ventes en ligne et par le déploiement de nouveaux services à valeur ajoutée, tels que la livraison en 2 heures ou encore la prise de rendez-vous en ligne.

L'objectif est clair : être au plus proche de nos clients, partout et à tout moment, en leur offrant une expérience toujours plus simple, rapide et efficace. ■





Partenaires de confiance

Leader régional de la distribution de matériaux de construction dans l'Est, Doras croit fermement que les projets commencent par des matériaux de qualité et se concrétisent grâce à l'engagement de ses équipes pour la satisfaction de ses clients.

ORGANISATION DORAS

PRÉSIDENT : Alain Renard

Directeur Général et Financier : Claude Moisand

Directrice Logistique : Alexandra Bloch

Directeur Marketing, Communication :
Jean-Christophe Drouot

Directeur des Achats et des Ventes :
Bruno Martel

DIRECTEURS DE RÉGION

Bourgogne – Champagne : Alain Painault

Centre – Val de Loire : Benoît Debruycker

Sud Bourgogne-Bresse : Alain Renard

Franche-Comté : Claude Moisand



“ Un travail sur notre stratégie

Alain Renard, Président Doras

En 2025, nous avons travaillé notre stratégie d'enseigne visant à renforcer encore notre performance économique tout en consolidant la qualité de la relation avec nos clients professionnels et particuliers.

Le développement du chiffre d'affaires web et la mise en place d'un Centre de Relations Clients constituent des priorités pour améliorer la réactivité, la qualité de service et le suivi des demandes, répondant ainsi aux nouveaux usages et attentes du marché.

Parallèlement, Doras poursuit sa politique d'optimisation des achats pour garantir la compétitivité de son

offre, la maîtrise des coûts et la sécurisation des approvisionnements.

Enfin, nous positionnons des ambassadeurs de la relation client qui viennent en soutien de nos vendeurs pour accompagner et conseiller les clients. Cette approche renforce la proximité et la valeur ajoutée apportée par Doras sur l'ensemble de ses marchés.

À travers ces orientations stratégiques, Doras affirme son ambition de conjuguer performance, innovation et excellence relationnelle au service de ses clients et de ses partenaires. ”

Chiffres clés Doras



662
collaborateurs



67
agences

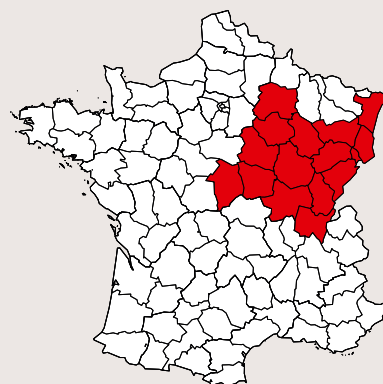


197 M€
chiffre d'affaires



CAREO

Ménéo
FENÊTRES • PORTES • VOLETS



9^{ème} édition du Salon 100 % Pros

Le Salon Doras 100 % Pros 2025 s'inscrit comme l'événement de référence dédié aux professionnels de la filière de la construction et des travaux publics du quart nord-est de la France.

Il témoigne de la volonté de Doras d'accompagner durablement les acteurs du secteur dans l'évolution de leurs métiers et de leurs pratiques.

Ce rendez-vous professionnel a pour vocation de réunir partenaires industriels, experts techniques et clients autour des grandes thématiques qui structurent la filière : innovation, performance des solutions, qualité des matériaux et adaptation aux enjeux réglementaires et environnementaux.

Le salon constitue un espace privilégié d'échanges et de partage, favorisant la diffusion des savoir-faire, la présentation des dernières avancées techniques et le dialogue entre les différents acteurs de la chaîne de valeur.

L'édition 2025 aura réuni près de 250 industriels, plus de 4 500 professionnels et 500 collaborateurs Doras. À travers le Salon Doras 100 % Pros 2025, Doras réaffirme son rôle d'acteur engagé au service des professionnels du bâtiment. ■



245 stands ont accueilli les 4 500 visiteurs professionnels.



Des allées bien garnies témoignant de l'intérêt du salon.



Développement de la marque MPPI

4 nouvelles adresses sont venues enrichir l'implantation de notre marque spécialiste **MPPI** sur le territoire de Doras : Besançon (25), Epinal (88), Pont-sur-Yonne (89) et Rosières-près-Troyes (10). Elles proposent toutes les **solutions d'isolation, de plafonds suspendus, de cloisons sèches et de plaques de plâtre mais également des systèmes complets de plafonds modulaires** pour tous types de

projets, du tertiaire au résidentiel. Grâce à des équipes spécialistes, des moyens logistiques adaptés, une offre de matériaux certifiés, éco-performants et conformes aux normes environnementales en vigueur, MPPI affirme notre positionnement sur le marché du second œuvre. Le développement de MPPI se poursuivra en 2026 avec plusieurs projets en co-activité. ■





Dynamique commerciale et expertise de spécialiste

M+ Matériaux, présent sur le quart sud-ouest de la France, est l'enseigne incontournable pour des solutions performantes. Toujours à la conquête de nouveaux marchés et de nouveaux territoires, M+ Matériaux se spécialise chaque jour davantage pour apporter des réponses sur mesure à ses clients.

ORGANISATION M+ MATÉRIAUX

PRÉSIDENT : Philippe Thomas

Directeur Général Sud-Ouest :

Hubert Daccord

Directeur Général Délégué Sud-Est :

Jérôme Suzanne



“La compétence fait la différence

Philippe Thomas, Président M+ Matériaux

Le contexte économique actuel est marqué par un rétrécissement du marché, que nous observons tous sur le terrain. Cette réalité nous impose lucidité et exigence, mais elle ne remet pas en cause notre cap.

Nous faisons le choix clair de continuer à investir dans la formation de nos équipes en place, avec des parcours renforcés. C'est dans les périodes plus complexes que la compétence fait la différence.

Accompagner, former, faire grandir : ces principes restent au cœur de notre modèle.

Malgré les difficultés, nous maintenons les temps forts qui font vivre l'entreprise : animations en agences, formations produits, moments d'échange avec nos clients.

Ils participent à la cohésion, à la motivation et au sens. Notre ambition reste intacte : avancer avec des équipes engagées, formées et fières de leur métier et toujours aussi proches de leurs clients. ”

Chiffres clés M+ Matériaux



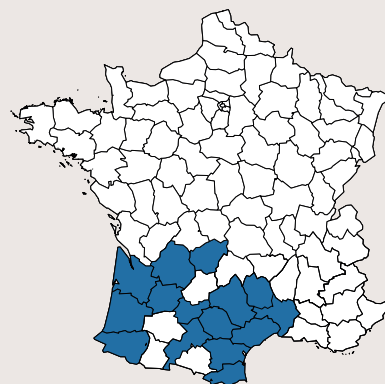
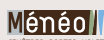
721
collaborateurs



60
agences



229 M€
chiffre d'affaires



Poursuite du développement de nos marques spécialistes

Le développement de nos spécialisations est un pilier de notre stratégie. Avec **MCCE**, notre nouvelle marque dédiée à la charpente, la couverture et l'étanchéité, nous renforçons notre capacité à proposer des solutions expertes et ciblées. Aujourd'hui présente dans 6 agences, **MCCE** s'appuie sur des savoir-faire techniques reconnus et une forte exigence métier.

Méneo bénéficie d'un accompagnement renforcé, avec le soutien des équipes et l'appui opérationnel sur le terrain, convaincus que le développement d'une marque spécialiste repose avant tout sur l'humain.



Former, expliquer, sécuriser : ces efforts sont indispensables pour permettre à chacun de s'approprier l'offre, de monter en compétence et de gagner en confiance. C'est ainsi que nos marques spécialistes prennent toute leur dimension, durablement. ■

Refonte du site internet et relation client

Le site internet M+ Matériaux entre dans une nouvelle phase de son développement, avec un objectif clair : simplifier le quotidien de nos clients et de nos équipes.

Notre plan de vente digital est désormais accessible en ligne, complété par un espace déstockage avec une rotation régulière des produits. Un espace client sécurisé permet également de consulter les factures, devis et suivi des commandes.

Parallèlement, notre centre de relation client continue de se structurer et de se renforcer, jouant un rôle clé dans l'accompagnement des clients et la qualité du service au quotidien. Le digital vient aujourd'hui optimiser l'efficacité collective. ■

Formation et accompagnement

Chez M+ Matériaux, la performance commerciale se construit dans la durée, par la compétence et l'accompagnement. Nous faisons le choix de la promotion interne, en donnant à tous les profils méritants l'opportunité d'évoluer et d'accéder à des fonctions managériales.

Ces derniers mois, nous avons accompagné cette progression grâce à un plan de formation structuré et ancré dans le terrain. Un programme dédié aux Attachés Technico-Commerciaux (ATC), chefs d'agence et chefs de secteur a été déployé, centré sur le management, la posture et la prise de décision.

Par ailleurs, 80 visites individuelles de prévention ont été menées pour former les managers à identifier les risques présents sur nos parcs et à les prévenir au quotidien. Nous poursuivrons cet engagement en investissant durablement dans les femmes et les hommes qui font M+ Matériaux. ■





Construire demain
Construire durable

Construire demain, construire durable

Présent sur le Grand Ouest de la France, VM Matériaux distribue des matériaux de construction, de rénovation et de décoration, et fait de la dimension conseil le cœur de son activité. Au service des professionnels du bâtiment et des particuliers à projet, son réseau s'étend sur 67 points de vente.

ORGANISATION VM MATÉRIAUX

PRESIDENT : Erwan Toussaint

COMITÉ DE DIRECTION :

Directeur des Ressources Humaines :

Laurent Grimaud

Directrice Supply Chain : Céline Marchand

Directeur Administratif et Financier :

Tifaine Malenfant

Responsable Transformation et Crédit Client :

Agathe Gouraud

DIRECTEUR COMMERCIAL RÉSEAU (DCR) :

DCR VM et Normandie : Anthony Planté

DCR Aquitaine : Johan Bonnevide

DCR Loire-Atlantique : Morad Bouzar

DCR Maine et Loire, Vendée, Deux-Sèvres :

Benoit Caillaud

DCR Niort Charente-Maritime :

Stéphane Sambain

DCR Touraine Poitou : Karl Jousselin

DCR Vendée : Frederick Plantegenest



“Transformer pour préparer l'avenir

Erwan Toussaint, Président VM Matériaux

L'année 2025 aura été, pour notre enseigne, une année de transition structurante. Elle s'est tout d'abord inscrite dans une évolution majeure de nos outils et de notre organisation, avec le passage de l'ensemble de nos agences sous l'ERP groupe. Ce projet d'envergure n'aurait pu aboutir sans l'implication collective de nos équipes. Je tiens à remercier sincèrement l'ensemble du Groupe Samse pour son accompagnement, mais aussi les collaborateurs VM, pour leur engagement et leur adaptabilité.

Dans un contexte économique

incertain, nous avons su faire preuve d'agilité et de résilience, en adaptant nos organisations et en préparant dès aujourd'hui les agences de demain. L'année 2026 s'ouvrira sous le signe d'une ambition claire : faire de notre commerce un véritable levier de création de valeur, entièrement tourné vers le service et la satisfaction de nos clients. Ce sera une année 100 % commerce, portée par l'engagement de nos équipes et la solidité des fondations que nous avons construites ensemble. ”

Chiffres clés VM Matériaux



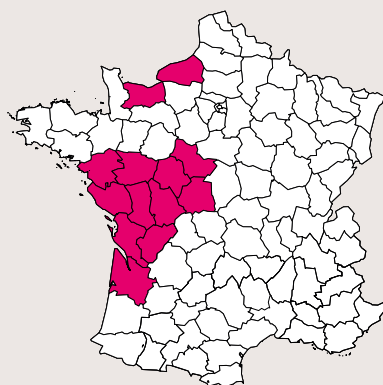
938
collaborateurs



67
agences



247 M€
chiffre d'affaires



Renforcement de l'expertise métier

Dans le cadre de notre stratégie de spécialisation et de croissance, VM Matériaux a ouvert deux agences **MPPI** : la première à Bouguenais (44) et la seconde à Angers (49). Ces enseignes sont spécifiquement dédiées aux métiers de la plaque de plâtre, des plafonds et de l'isolation.

Ces implantations stratégiques nous permettent de renforcer notre maillage territorial sur des zones à fort potentiel et d'accroître la proximité avec nos clients professionnels. Elles s'inscrivent dans la politique de développement de pôles d'expertise spécialisés, visant à proposer une offre à forte valeur ajoutée et à capter de nouvelles opportunités de croissance.

À travers ces ouvertures, VM Matériaux consolide ses positions sur des marchés porteurs, améliore la performance commerciale de ses enseignes et renforce sa capacité à accompagner durablement les projets de ses clients.

D'autres ouvertures sont prévues en 2026. ■



Achats et partenariats : consolider notre savoir-faire au service de nos clients

Le service Achats a réalisé un travail remarquable cette année, tant par le référencement de nouveaux produits que par le renforcement des relations avec nos fournisseurs partenaires. Cette dynamique illustre pleinement notre volonté de proposer des solutions innovantes et adaptées aux attentes du marché.

Le mini-salon carrelage, organisé lors de notre plénière, en est un bel exemple. Les équipes VM ont participé à une journée dédiée au carrelage et au sanitaire, offrant une occasion privilégiée de rencontrer nos fournisseurs partenaires, de découvrir les dernières tendances et d'approfondir leur connaissance des nouveautés du marché.

Ces échanges directs ont permis à nos collaborateurs de se former aux innovations techniques et esthétiques qui façonnent l'univers du carrelage, renforçant ainsi leur expertise métier et leur capacité à accompagner efficacement nos clients.

Ce moment enrichissant et inspirant témoigne de notre engagement à rester à la pointe des tendances et des exigences du marché. ■



Engagés pour durer

VM Matériaux poursuit son engagement en matière de responsabilité sociétale à travers des actions concrètes, portées par une dynamique collective.

L'année a été marquée par le lancement de la newsletter interne du Collectif RSE, conçue comme un rendez-vous régulier pour informer, sensibiliser et partager nos initiatives.

Elle met en lumière nos projets RSE, propose des conseils écoresponsables, valorise les retours d'expérience des équipes et annonce les engagements à venir.

Ces initiatives traduisent la volonté de VM Matériaux de conjuguer performance économique, engagement environnemental et responsabilité sociale. ■



Qualité et expertise régionale

Matériaux Simc est présent sur 6 départements du sud-est de la France. Elle met l'accent sur la qualité des produits et des services proposés, avec une équipe dédiée fournissant des conseils experts à ses clients. La proximité avec ses partenaires commerciaux est au cœur de sa réussite et de sa longévité.

ORGANISATION SIMC

COMITÉ DE SURVEILLANCE :

Michel Chaumeton, Serge Roux

COMITÉ DE DIRECTION

Présidente : Stéphanie Saint-Martin

Directeur Général et Ressources Humaines :

Adrien Enoc

COMITÉ EXÉCUTIF

Les membres du Comité de Surveillance et les

membres du Comité de Direction associés à :

Directrice des Achats : Hakima Mekrini

Directeurs de Région Négoce :

Djillali Benharrats, Gilles Ligozat,

Patrick Bencharef (depuis octobre 2025)

Directeur Région GSB : Herman Lopez

Directeur Administratif et Financier :

Seydou Diallo

Directrice du Contrôle de Gestion :

Vanessa Bassanelli

Directeur Marketing et Communication :

Emmanuel Tetiot

Président de TransMatLog :

Alexis Louchet (depuis septembre 2025)



“80 ans et tournée vers l'avenir !

Stéphanie Saint-Martin, Présidente Simc

Adrien Enoc, Directeur Général et Ressources Humaines

L'année 2025 se voulait festive et dynamique avec la célébration du 80^{ème} anniversaire de l'entreprise. Malgré tous nos efforts pour animer commercialement nos agences et proposer différentes offres et événements à nos clients, le marché de la construction est resté compliqué toute l'année.

Dans ce contexte difficile, nous avons poursuivi la réorganisation commerciale de nos activités en filière. Suite au lancement en début d'année des filières Grands Comptes et PPI, les

fondations de la filière TP-AEP ont été posées en octobre pour aboutir en 2026.

Nos équipes se sont mobilisées face à l'adversité pour garder la confiance de nos clients et ce fut un plaisir de toutes les réunir pour la première fois en juin, dans un lieu unique pour un moment de partage, convivial et ludique.

80 ans d'histoire, et encore de nouveaux chapitres à écrire...”

Chiffres clés Simc



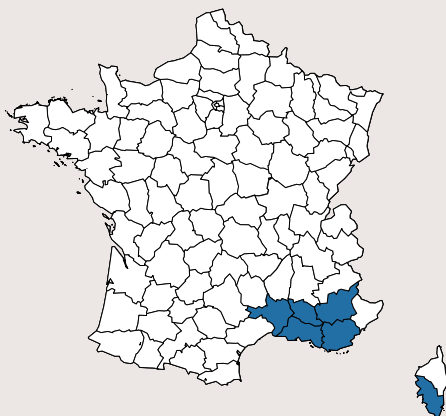
506
collaborateurs



22
agences



150 M€
chiffre d'affaires





La qualité de l'industrie, la proximité du négoce

Le Groupe Plattard est organisé en deux pôles stratégiques complémentaires : l'industrie et le négoce de matériaux. Une seule et même vision : celle de ses clients, de ses équipes et de ses partenaires. L'histoire de sa réussite, c'est surtout l'histoire des femmes et des hommes qui composent ses effectifs. Depuis 1885, le groupe familial puise sa force de son expérience et de la transmission générationnelle de ses métiers.

ORGANISATION PLATTARD

Président :

Charles Plattard

Directeur Général :

Edouard Plattard

Membres du Directoire :

Marie-Christine Dumolin,

Pascal Gasparian,

Dominique Rosier.

Président du Conseil de Surveillance :

Jacques Plattard



“2025 marque une transition maîtrisée, soutenue par des investissements durables et structurants

Charles Plattard, Président Plattard

Edouard Plattard, Directeur Général Plattard

L'année 2025 s'inscrit comme une période de transition et d'anticipation. Une attention particulière est portée à la transmission des compétences et à l'accompagnement des équipes, afin de garantir la stabilité et la performance de l'organisation dans la durée. Nos ambitions demeurent inchangées. Nous renforçons nos capacités d'investissement afin de poursuivre le développement de nouveaux marchés et de conso-

lider notre positionnement, ainsi un nouveau centre de recyclage à Ternay (69) vient compléter le site d'Anse (69). Par ailleurs, les investissements engagés dans le photovoltaïque et le transport fluvial constituent des axes stratégiques structurants. Ils traduisent notre engagement en faveur de la transition énergétique et s'inscrivent pleinement dans notre démarche de responsabilité environnementale et de développement durable.”

Chiffres clés Plattard



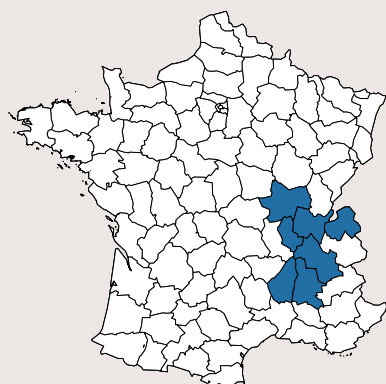
606
collaborateurs



32
agences



235 M€
chiffre d'affaires



5 centrales béton
2 centres de recyclage
6 sites industriels dont 1 bois

ZOOM ACTIVITÉ PLATTARD CARRELAGES

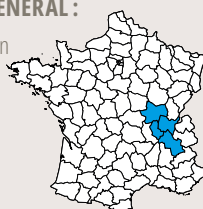


**PLATTARD
CARRELAGES**

Le spécialiste carrelage
de l'enseigne Plattard.

DIRECTEUR GÉNÉRAL :

Pascal Gasparian



Chiffres clés



65
collaborateurs



9
points de vente



27 M€
chiffre d'affaires



LES 3 MARQUES SPECIALISTES

DU GROUPE SAMSE,

au service de nos enseignes multispecialistes :

Samse, Doras, M+ Matériaux, VM Matériaux et Matériaux Simc.



“ La stratégie de spécialisation du Groupe Samse constitue un levier de différenciation et de création de valeur durable au service des professionnels du bâtiment.

Gilles Puissant, Directeur Général Délégué Groupe Samse

À partir de 2018, le Groupe Samse amorce le développement d'un dispositif de marques spécialistes venant enrichir son offre à destination des professionnels du bâtiment. Cette orientation stratégique vise à structurer des pôles d'expertise dédiés à des métiers identifiés, afin d'apporter des réponses ciblées et différenciantes aux attentes spécifiques de chaque segment de clientèle.

La marque **MPPI** est ainsi créée au sein de l'enseigne M+ Matériaux. Elle s'adresse exclusivement aux professionnels du second œuvre spécialisés dans les métiers du plâtre et des plafonds. Dans la même logique, le groupe a déployé deux autres marques expertes : **Caréo**, positionnée sur le carrelage, et **Ménéo**, dédiée à la menuiserie. La dernière en cours de création, **MCCE**, est spécialisée dans les métiers charpente, couverture et étanchéité. Ces marques spécialistes sont intégrées au réseau des enseignes généralistes du Groupe Samse — Samse, Doras, M+

Matériaux, VM Matériaux et Matériaux Simc — et contribuent à renforcer la pertinence de l'offre proposée aux clients. Le déploiement de ces marques s'accompagne d'une montée en gamme de l'offre, reposant sur des produits à haute technicité et à forte valeur ajoutée professionnelle. Les équipes des agences spécialisées apportent un accompagnement fondé sur une connaissance fine des usages et des contraintes propres aux projets les plus exigeants.

Par ailleurs, grâce à une veille active des innovations et des tendances du marché, les marques spécialistes anticipent les transformations du secteur et proposent des solutions conciliant exigences techniques, esthétiques et durables.

À travers cette stratégie, le Groupe Samse entend construire des partenariats durables avec ses clients, en leur apportant un accompagnement personnalisé et une contribution déterminante à la réussite de leurs projets. ”



Chiffres Clés Nos Marques Spécialistes 2025

3 
marques
spécialistes

86 
agences

385 
collaborateurs

183 M€ 
chiffre d'affaires



Des agences pour les Pros des métiers de la plaque de plâtre

MPPI est la marque spécialisée en plaque de plâtre, isolation, cloison et plafond. Elle est 100% dédiée aux plaquistes et plafistes.

ORGANISATION MPPI

DIRECTEUR DU DÉVELOPPEMENT :

Eric Gottié

DIRECTEUR D'ACTIVITE PPI :

Florent Durez

DIRECTION ENSEIGNE MPPI :

Réseau Doras : Alain Renard

Réseau M+ Matériaux :

Jérôme Suzanne,

Hubert Daccord.

Réseau Samse : Valérie Gagliardi

Réseau Simc : Adrien Enoc

Réseau VM Matériaux : Erwan Toussaint



“ MPPI, spécialiste de l'aménagement intérieur au cœur de la performance du Groupe Samse

Florent Durez, Directeur d'activité PPI

Dans un contexte de marché du bâtiment ralenti et incertain en 2025, le réseau MPPI confirme la solidité de son positionnement et la pertinence de son modèle. Spécialiste de l'aménagement intérieur au sein du Groupe Samse, il affiche une performance supérieure à celle de son marché, portée par l'expertise de ses équipes et la qualité de l'accompagnement client.

La performance du réseau repose sur la proximité terrain, la richesse de l'offre, la qualité du conseil et des services à valeur ajoutée,

notamment en logistique et en accompagnement de projets. Pilier du pôle aménagement du Groupe Samse, MPPI conjugue ainsi développement, montée en puissance de la marque et excellence opérationnelle, confirmant sa capacité à créer de la valeur durable et à accompagner la croissance du groupe. ”

Chiffres clés MPPI



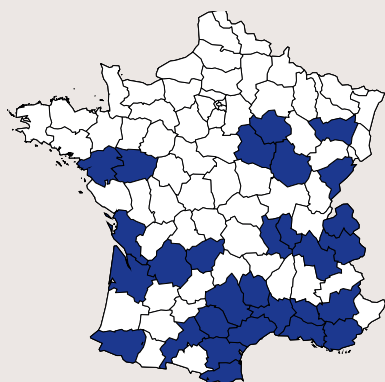
218
collaborateurs



34
points de vente



128 M€
chiffre d'affaires



MPPI : Une trajectoire RSE intégrée à l'offre

La marque poursuit son engagement en matière de responsabilité sociétale des entreprises.

MPPI agit à travers une sélection produits exigeante, avec le référencement et la commercialisation de solutions biosourcées, permettant aux clients de faire évoluer leurs pratiques. Parallèlement à l'offre produits, MPPI renforce son positionnement de marque de services. En 2025, un travail structurant a été engagé autour d'un chariot permettant de lever et transporter en une seule manœuvre un grand nombre de plaques de plâtre.

Ce type de solution répond directement aux enjeux du terrain : sécurité des compagnons, productivité sur les chantiers, confort de travail face à la pénibilité des manutentions.

En développant ce type de services, MPPI affirme sa volonté d'accompagner les professionnels bien au-delà de la fourniture de matériaux, en apportant des réponses concrètes aux réalités du quotidien.



Toujours plus proche de nos clients

Le réseau a connu en 2025 une forte dynamique de développement, passant de 26 à 38 agences avec le réseau Matériaux Simc, et la marque **MPPI** est désormais déployée au sein de toutes les enseignes multispecialistes du groupe (M+ Matériaux, Samse, Doras, VM Matériaux et Matériaux Simc), structurant une offre transverse et lisible à l'échelle nationale.

Toutes les enseignes ont pris part à cet essor pour renforcer notre couverture territoriale :

VM Matériaux avec deux nouvelles agences à Bouguenais (44) et Angers (49),

Doras avec quatre implantations à Chavelot (88), Besançon (25), Rosières-près-Troyes (10) et Pont-sur-Yonne (89),

Matériaux Simc une agence à Solliès-Pont (83),

Samse une agence à Sillingy (74),

M+ Matériaux à Clairac (66).

Ces ouvertures traduisent la volonté de MPPI de poursuivre activement son expansion et de consolider sa présence sur l'ensemble du territoire.



Une gamme étendue pour professionnels et particuliers

Expert en carrelages, parquets et salles de bains, Caréo propose un haut niveau de choix. Professionnels et particuliers peuvent trouver le style qui leur convient : chic, classique, contemporain ou naturel, tous les goûts sont justement dans sa nature.

Une année d'expansion

Cette année a été portée par une dynamique d'expansion soutenue et une volonté affirmée de renforcer notre positionnement. Plusieurs évolutions majeures sont venues consolider notre maillage territorial et améliorer la lisibilité de notre marque. L'année a également été marquée par l'acquisition de nouveaux espaces, avec l'arrivée du Petit Versailles (13) et de Caréo Propriano (20). Ces implantations traduisent la solidité de notre modèle et l'attractivité croissante de la marque. ■



Expo du Petit Versailles (13).

Des valeurs fortes au cœur du développement

Au-delà de son développement géographique, la marque se distingue par une offre large et qualitative, couvrant l'ensemble des besoins en matière d'aménagement intérieur et extérieur, avec une attention particulière portée au design, à la durabilité et à la fiabilité des produits. Caréo valorise également une relation de proximité avec ses clients, fondée sur l'écoute, le conseil personnalisé et l'accompagnement à chaque étape du projet. Elle s'appuie sur des équipes expertes et spécialisées. Ainsi, Caréo affirme une ambition claire : offrir des solutions d'aménagement durables, esthétiques et adaptées aux attentes de ses clients, partout sur le territoire. ■

ORGANISATION CARÉO

Réseau Doras :

Alain Renard

Réseau M+ Matériaux :

Jérôme Suzanne, Hubert Daccord.

Réseau Samse :

Valérie Gagliardi

Réseau Simc :

Adrien Enoc

Chiffres clés Caréo



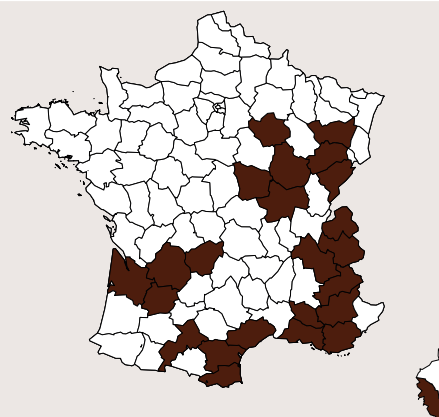
100
collaborateurs



30
points de vente



33 M€
chiffre d'affaires





Du conseil à la pose en toute confiance

Samse, Doras, M+ Matériaux et Matériaux Simc proposent une offre de spécialiste menuiseries à travers la marque Ménéo. 26 agences (avec le réseau Simc) réparties sur le territoire vous accompagnent dans vos projets.

La menuiserie en 2025 : un enjeu renforcé par les transformations du secteur

Ménéo se positionne au cœur des enjeux majeurs du bâtiment, portés par la montée en puissance de la rénovation. Les réglementations en vigueur (RE 2020) et à venir, et les exigences de performance énergétique et environnementale, renforcent le rôle central de la menuiserie dans la qualité globale des bâtiments. Dans ce contexte, notre marque affirme un positionnement stratégique en proposant une offre experte, conforme aux cadres réglementaires et adaptée aux besoins des professionnels et des particuliers. ■

Ménéo renforce son réseau et sa proximité clients en 2025

En 2025, Ménéo poursuit le développement et la structuration de son réseau afin de rester au plus près des besoins des professionnels et des particuliers. Cette dynamique s'est traduite par l'ouverture de trois nouvelles agences, Ménéo Châlons-Saint-Marcel (71), Ménéo

Mâcon (71) et au 1^{er} janvier 2026 Ménéo Clairac (11).

Parallèlement, Ménéo confirme sa vocation de marque de service, en accompagnant chaque projet du conseil à la pose. ■



ORGANISATION MÉNÉO

Réseau Doras :

Alain Renard

Réseau M+ Matériaux :

Jérôme Suzanne, Hubert Daccord.

Réseau Samse :

Valérie Gagliardi

Réseau Simc :

Adrien Enoc

Chiffres clés Ménéo



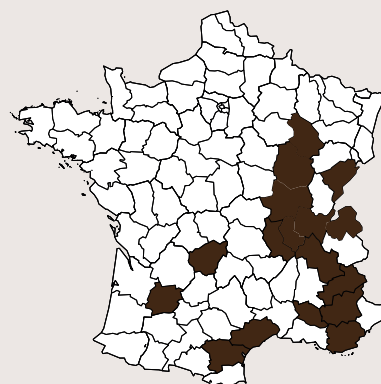
67
collaborateurs



22
points de vente



22 M€
chiffre d'affaires



ACTIVITE BRICOLAGE

DU GROUPE SAMSE



“ L'Entrepôt du Bricolage est une enseigne moderne qui cultive et enrichit la qualité de la relation avec ses clients, ses collaborateurs et ses fournisseurs. Avec ses magasins, son site web en constante amélioration, son centre de la relation clients, ses Brico-Retraits et plus récemment ses coactivités, l'enseigne offre une prestation complète, de qualité et en proximité.

Guylène Riera, Présidente
Franck Ougier, Directeur Général

Dans un marché contracté, les équipes de L'Entrepôt du Bricolage ont fait preuve cette année d'une belle résilience avec pour objectif constant la satisfaction de nos clients.

La mobilisation a été exemplaire pour trouver des solutions et accompagner tous les projets afin d'apporter la meilleure qualité de conseil possible.

2025 a été aussi marquée par le renforcement du partenariat que nous avons construit depuis de nombreuses années avec nos fournisseurs, avec pour point d'orgue nos rencontres lors de notre salon d'enseigne qui fut une formidable réussite.

L'Entrepôt du Bricolage a travaillé sur de nouveaux formats de magasin en coactivité avec

les autres enseignes du groupe, et " musclé " la présence de son Centre de la Relation Clients, véritable trait d'union entre les magasins physiques et l'offre digitale. Par le biais de ces actions, L'Entrepôt du Bricolage continue d'innover pour répondre aux demandes de ses clients, en développant la proximité et l'expertise. La modernisation s'héberge aussi dans notre gouvernance participative que nous avons fait évoluer cette année au bénéfice de la performance durable de notre enseigne et de l'épanouissement de nos collaborateurs. ”



Chiffres Clés Bricolage 2025

1
enseigne

38
magasins

2 214
collaborateurs

501 M€ TTC
chiffre d'affaires



**L'ENTREPÔT
DU BRICOLAGE**

Souriez, vous bricolez !

L'Entrepôt du Bricolage : une enseigne au service de tous les bricoleurs

Proposer le meilleur aux bricoleurs.

Un référencement très exigeant, un agencement « grand large » qui ne lésine pas sur la place, des prix bas garantis au long cours, des conseils fiables, « L'Entrepôt » veille aussi à se placer toujours en précurseur. Le service client est au cœur de ses magasins, comme sur son site web et fait aujourd'hui la valeur ajoutée de l'enseigne.

ORGANISATION BRICOLAGE

PRÉSIDENTE : Guylène Riera

Directeur Général : Franck Ougier

Directeur Commercial : Christophe Machin

Directeur Ressources Humaines et réseau:

Xavier Perrin

DIRECTEURS DE RÉGION

Directeur Région Sud : David Gayot

Directeur de Région Nord : Jorge Lima

Directeur de Région Alpine : Alim Kheddar

Directeur de Région Dauphine :

Jean-Philippe Sardi

Directeur de Région Haute-Savoie :

Thierry Vallin

Une gouvernance participative renforcée :

Afin de garantir le rythme d'innovation nécessaire au développement de notre entreprise, notre gouvernance participative évolue dans son fonctionnement et son organisation. Plus impliquante, plus mobilisatrice, réunissant davantage encore les compétences et les expertises des magasins et des sièges, notre gouvernance renforce sa dimension d'innovation, entame une démarche de simplification et accroît ses observations sur les pratiques externes. Une modernisation et une clarification de notre organisation qui permet

de fluidifier le fonctionnement de notre entreprise, d'apporter une meilleure transformation opérationnelle dans notre enseigne et de développer l'autonomie de chacun dans un cadre responsabilisant et épanouissant.

Nous soutenons ainsi notre promesse d'enseigne ; celle d'offrir une expérience fluide à nos clients, d'être un partenaire engagé, d'avoir une réponse à chaque besoin et de porter une attention à chacun(e). Cette promesse d'enseigne s'appuie sur les quatre piliers de notre stratégie à 5 ans et s'incarne pleinement dans notre signature de marque : " **Souriez, vous bricolez !** "



**L'ENTREPÔT
DU BRICOLAGE**

Souriez, vous bricolez !



Développement des services : Une année de progrès et d'accélération

En 2025, nous avons confirmé la montée en puissance de nos services, désormais au cœur de la satisfaction client et de la performance commerciale. Des services en magasin consolidés : affûtage, reproduction de clés et télécommandes, découpe bois, machine à teinter, location de matériels et camionnettes, livraisons camion-grue et dernier

kilomètre. Des solutions digitales déployées : calculateurs et configurateurs en ligne pour accompagner les projets clients, notamment en cuisine. La création d'un Service Pose : autour de quatre marchés clés – cuisine, chauffage, climatisation et menuiserie. Une offre Pro renforcée avec le lancement du programme fidélité Pro le 1^{er} juin.

Ces avancées illustrent notre capacité à innover et enrichir l'expérience client. Elles constituent un socle solide pour 2026. ■

Partenariat Fournisseurs : Une coopération renforcée et des succès partagés

2025 a été une année de défis, mais aussi de progrès majeurs dans la structuration de notre modèle commerce unifié et le renforcement du partenariat avec nos fournisseurs. Nous misons ainsi sur la formation technique produits en région, l'élargissement du référencement, toujours plus responsable, une coopération forte pour garantir la disponibilité des produits et soutenir la performance commerciale.

Point fort de l'année : le Sommet du Bricolage, qui a réuni 220 fournisseurs et 1 200 collaborateurs magasins, illustrant la force de notre réseau et la qualité de nos partenariats. ■

Coactivité groupe : Une dynamique qui crée de la valeur

En 2025, nous avons poursuivi l'exploitation du potentiel du groupe et de notre atout exclusif : **être Négoce et Bricolage.**

Nous avons internalisé l'exploitation de notre plateforme logistique (56 000 m²) pour une accélération des approvisionnements magasins et livraisons e-commerce en 2026. Nous nous sommes appuyés sur les agences Samse, Doras et Matériaux Simc via les Brico-retraits, pour renforcer la couverture territoriale. Nous avons aussi innové avec l'ouverture d'un magasin L'Entrepôt du Bricolage intégré à une agence Samse à Valserhône-Bellegarde (01), offrant une offre complète pour particuliers et professionnels et la préparation d'un corner Ménéo premium au sein de notre magasin situé à Fontaine-lès-Dijon (21), avec menuiserie standard et sur mesure + pose, complétant notre stratégie de services. ■



FILIERE TP & EAU

DU GROUPE SAMSE

La Filière TP & EAU du Groupe Samse

Afin de répondre de manière toujours plus pertinente aux enjeux des marchés des Travaux Publics et du cycle de l'eau, le Groupe Samse a réuni ses enseignes spécialistes TP & EAU autour d'une ambition commune : accompagner durablement les territoires et leurs acteurs. Cette organisation par filière constitue un levier stratégique majeur pour le groupe.



ORGANISATION DE LA FILIÈRE

Direction et Développement :

Christian Rossi

Directeur Général et Financier :

Xavier Puel

Ressources Humaines :

Hanane Bouachiba

Directeur du développement grand Ouest :

Saul Ferreira

Directeur du développement grand Est

Sébastien Martz

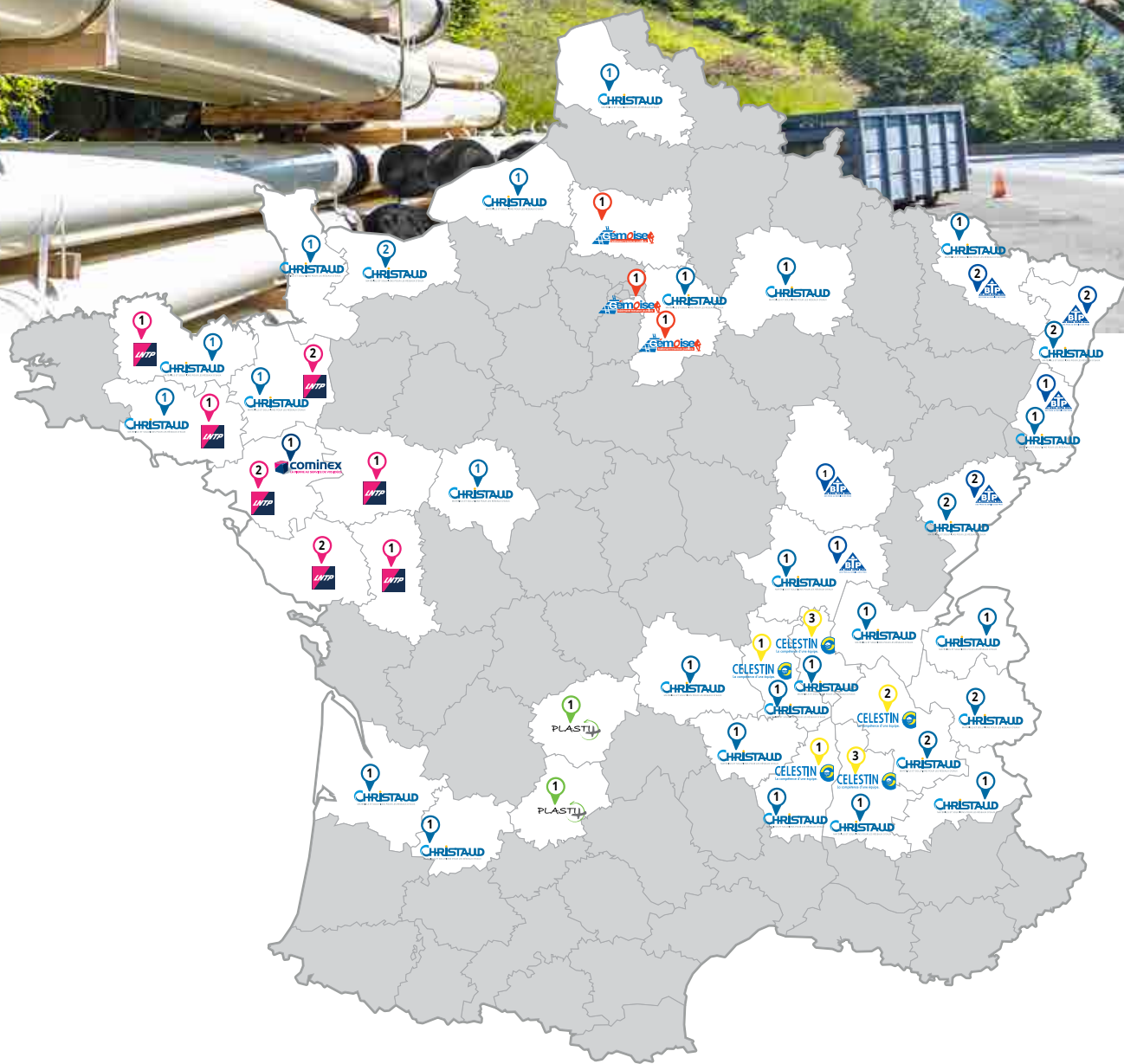
“ S’adapter avec agilité pour mieux accompagner les territoires en mouvement

Christian Rossi, Directeur de la Filière
Xavier Puel, Directeur Général et Financier

Dans un contexte de ralentissement de l'activité, notre filière de spécialistes a poursuivi, au cours de l'exercice écoulé, une trajectoire de transformation ambitieuse et structurante. Fidèle à sa vocation première — accompagner durablement les territoires en mouvement — elle a su faire évoluer son organisation pour répondre avec agilité aux attentes croissantes de ses clients et aux exigences d'un marché en constante évolution.

Parallèlement, le développement et l'optimisation de notre maillage territorial se sont renforcés en 2025

avec l'intégration opérationnelle de deux nouvelles sociétés acquises en 2024, LNTP, via le rachat de l'enseigne VM Matériaux, et Plasti +, venant consolider notre proximité avec nos clients. Dans cette dynamique, la simplification de l'expérience client s'est imposée comme le fil conducteur de l'ensemble de nos actions, notamment à travers la mise en place d'un parcours client simplifié. C'est avec cette vision tournée vers l'avenir que la filière TP-Eau, au travers de ses marques, réaffirme sa volonté de contribuer activement aux actions de demain de nos territoires. ”



Chiffres Clés Filière TP & EAU 2025

6
enseignes

60
sites



492
collaborateurs



279 M€
chiffre d'affaires



Activité Travaux Publics

Spécialistes du TP, nos enseignes accompagnent les petites et grandes entreprises dans leurs chantiers de réseaux secs et humides, de voirie et d'aménagement.

Pour être au plus près de ses clients, la filière a intégré en 2024 LNT, Cominex et Plasti+.



“ L'activité Travaux Publics accompagne les acteurs des infrastructures dans leurs projets de voirie, réseaux et aménagements.

Sébastien Martz, Directeur Offre et Activité TP

L'année 2025 s'inscrit dans un contexte de marché plus contraint, marqué par un repli des volumes et du chiffre d'affaires pour l'activité Travaux Publics.

Malgré cette conjoncture défavorable, les équipes ont fait preuve d'un fort niveau de compétences, d'engagement et d'adaptabilité, permettant de maintenir la qualité de service et la proximité avec les clients.

Les efforts menés sur l'organisation, la rigueur opérationnelle et la maîtrise de l'activité ont constitué des leviers essentiels pour limiter l'impact du

ralentissement et préparer les conditions d'un redémarrage progressif. L'activité Travaux Publics entend poursuivre son développement en s'appuyant sur l'expertise terrain et la proximité client et fournisseurs, tout en renforçant les synergies au sein de la filière TP & Eau.

Cette dynamique confirme la solidité de notre modèle et notre capacité à inscrire notre développement dans la durée, en cohérence avec la stratégie du Groupe Samse. ”





Activité Adduction d'eau

Christaud, enseigne reconnue et spécialiste de la distribution de matériels et solutions pour les réseaux d'eau en France s'affiche dorénavant sur l'ensemble du territoire de la filière après l'intégration de Billmat (territoire Grand-Ouest) au 1^{er} janvier 2025.



“ Désormais, nous retrouvons l'ensemble des offres et services sous un seul et même nom : Christaud.

Tony Stique, Directeur Offre et Activité Adduction d'eau

Afin de garantir la cohérence, la qualité et la performance du déploiement de la marque sur le territoire national, **une charte a été élaborée en 2025**. Elle permet de poursuivre le développement maîtrisé de la marque Christaud afin de :

- **homogénéiser** l'expertise client ,
- **renforcer** l'expertise métier et garantir la compétence des équipes,
- **optimiser** la disponibilité des produits,
- **valoriser** la marque Christaud ainsi que ses offres et services.

En 2026, **l'activité Adduction d'eau** poursuivra son développement sur les nouveaux territoires de la filière afin de renforcer sa présence sur le territoire national avec un total de 36 agences. Elles auront pour mission d'incarner les valeurs de la marque Christaud : technicité, réactivité, proximité clients et esprit réseau.

Pour ce faire, elles auront à leur disposition l'ensemble des offres et services développés par Christaud : l'offre 300+ dépannage, le service de location, l'offre de formation Lab'o, l'offre d'outillage spécialisé, 3 plateformes spécialisées, une direction technique et un SAV litige, un pilotage de proximité des approvisionnements, et tous les outils d'aide à la vente mis en place par le marketing et la communication.

Malgré le contexte économique actuel, Christaud est sûr de ses forces avec des équipes engagées, prêtes à relever le défi d'une implantation nationale homogène pour ses clients. ”



Activité Hydraulique des bâtiments

En octobre 2023, Gémoise a rejoint la Filière TP&Eau. Cette arrivée a permis de compléter le maillage sur la région parisienne mais aussi et surtout d'intégrer des équipes maîtrisant la 3^{ème} activité que nous souhaitons développer depuis plusieurs années : l'Hydraulique des bâtiments.



“ Accompagner nos clients sur l'ensemble du cycle de l'eau ”

Saul Ferreira, Directeur Offre et l'Activité Hydraulique des Bâtiments

Poursuivant notre démarche de spécialistes, nous avons engagé la création d'une 3^{ème} activité après celles des TP et de l'eau : **l'Hydraulique des bâtiments qui vient ainsi compléter l'offre du cycle de l'eau.**

Cette activité s'articule autour de deux axes structurants :

- l'alimentation et la distribution des fluides : eau chaude et eau froide sanitaires, ainsi que les systèmes de chauffage, intégrant des équipements performants favorisant la sobriété des consommations, l'efficacité énergétique et la réduction de l'empreinte environnementale des bâtiments.

- l'évacuation des eaux : solutions durables pour les réseaux d'eaux usées et pluviales, intégrant des équipements fiables et conformes

aux exigences environnementales, contribuant à la pérennité des infrastructures et à la protection des ressources.

Par cette diversification maîtrisée, la Filière renforce sa capacité à accompagner ses clients sur l'ensemble du cycle de l'eau, tout en s'inscrivant durablement dans les enjeux de sobriété des ressources, de performance énergétique et confort des usagers. L'arrivée de Gémoise a été pour nous un formidable accélérateur avec des équipes maîtrisant techniquement ces gammes de produits, des sites avec des stocks conséquents et une logistique performante. ”



FILIERE BOIS

FIBOPAN

DU GROUPE SAMSE

Une vision commune pour l'activité Bois

Fibopan est la filière bois et panneaux du Groupe Samse. Elle fédère les enseignes Henry Timber, Mauris Bois, Socobois et Ollier Bois afin de structurer, à l'échelle du groupe, une vision commune des activités bois, de l'offre produits aux services associés.



“ Fibopan a pour vocation de donner un cap commun aux activités bois du groupe, en restant proche du terrain et des réalités clients.

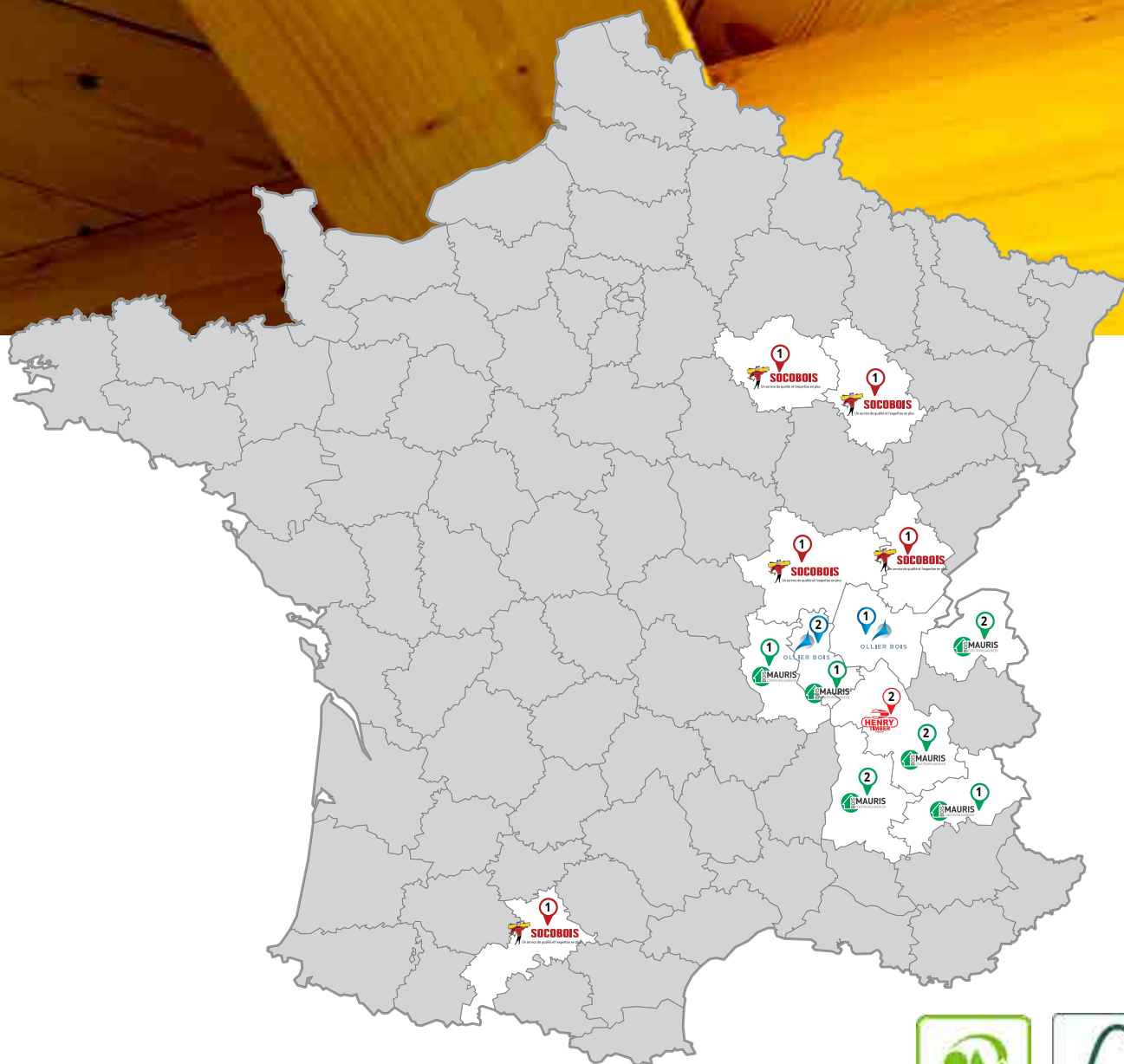
Laurent Ouvrier-Buffer, Directeur Fibopan

Dans un environnement de marché exigeant, Fibopan agit comme un point de coordination entre les enseignes bois du groupe. Son rôle est de faciliter la complémentarité des réseaux, d'assurer la cohérence de l'offre et de sécuriser les conditions nécessaires à une réponse efficace aux besoins clients.

Cette mission s'appuie sur une attention particulière portée à la disponibilité des produits, au développement des services de transformation et à l'organisation des flux logistiques. Fibopan accompagne ainsi les enseignes dans leur capacité à répondre à des projets de plus en plus orientés vers la rénovation, tout en respectant les spécificités locales et les savoir-faire de chaque réseau. Fibopan poursuit cette dynamique avec

un objectif clair : soutenir durablement la performance des activités bois du groupe. La filière s'inscrit dans une logique de responsabilité, de cohérence et de création de valeur partagée, au service des clients comme des équipes. ”





Chiffres Clés Fibopan 2025

4
enseignes

19
agences

366
collaborateurs

212 M€
chiffre d'affaires



Henry Timber est un importateur-négociant de bois à destination des professionnels, reconnu pour la diversité de son offre et la fiabilité de sa chaîne d'approvisionnement.



Julien Renaud, Président Henry Timber

L'entreprise est engagée dans

Malgré le report d'un an de la nouvelle Réglementation contre la Déforestation de l'Union Européenne (RDUE), nous sommes d'ores et déjà prêts à nous conformer à ces futures exigences. ”

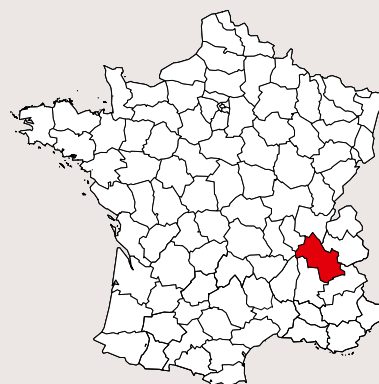


Henry Timber
commercialise
des produits
BOIS DE FRANCE

Davy Faurie



93 M€
chiffre d'affaires





Proximité, réactivité et sens du service

Depuis plus de 100 ans, Mauris Bois accompagne les professionnels et les particuliers dans leurs projets bois, panneaux et dérivés. Acteur régional solidement implanté, l'entreprise s'appuie sur une offre large de produits et de services, une logistique structurée et des stocks adaptés aux besoins du terrain.



“ Dans un contexte économique exigeant, Mauris Bois avance avec un cap clair : proximité, réactivité et sens du service. ”

Laurent Ouvrier-Buffet, Président Mauris Bois

L'année 2025 s'inscrit dans la continuité d'un marché marqué par des tensions persistantes, notamment dans la construction neuve. Dans ce contexte, Mauris Bois peut compter sur la solidité de son organisation et sur la diversité de sa clientèle pour maintenir un niveau d'activité cohérent avec ses engagements. L'ancrage territorial de nos agences, la disponibilité des produits et l'expertise de nos équipes constituent des leviers essentiels pour répondre à

des besoins de plus en plus ciblés, souvent liés aux projets de rénovation. Les outils digitaux viennent compléter cette approche, comme un soutien naturel au travail de terrain. Je souhaite enfin remercier l'ensemble des collaborateurs pour leur implication constante. Leur professionnalisme et leur sens du service permettent à Mauris Bois d'aborder cette nouvelle année avec stabilité et confiance. ”



ORGANISATION MAURIS BOIS

Président : Laurent Ouvrier-Buffet

Chiffres clés Mauris Bois



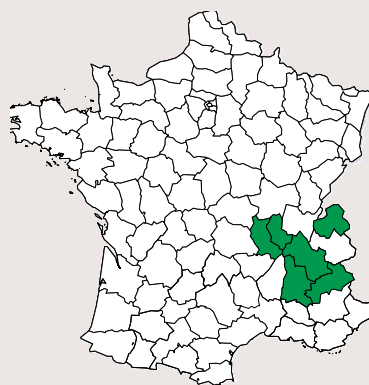
188
collaborateurs



9
agences



78 M€
chiffre d'affaires





Du bois et du choix

Ollier Bois, spécialisé dans le négoce et la transformation industrielle, est un élément-clé du Groupe Plattard. Qu'il soit raboté, brut ou vieilli, en panneaux ou en poutres, le bois est roi, pour tout aménagement extérieur ou agencement intérieur.



“Après une année difficile, l'activité redémarre progressivement, portée par la diversification et les investissements.

Pascal Gasparian, Directeur Général Ollier Bois

Après un début d'exercice difficile, dans la continuité de 2024, la fin de l'année 2025 a été marquée par une reprise sensible de l'activité. Dans le détail, les mises en chantier à un niveau historiquement bas dans le secteur de la maison individuelle ont eu un impact négatif direct sur nos ventes de menuiseries extérieures, soit pratiquement un tiers de notre chiffre d'affaires.

En revanche, les derniers mois de 2025 ont enregistré

une reprise significative de l'activité sur les autres métiers de notre filière. Cette dynamique constitue un signal positif et encourageant dans la perspective d'une reprise espérée soutenue en 2026. Par ailleurs, des investissements importants ont été réalisés pour moderniser notre atelier de découpe, et maintenir un haut niveau de qualité des prestations de service proposées à nos clients.”



Atelier Ollier Bois à Limas



ORGANISATION OLLIER BOIS

Directeur Général :

Pascal Gasparian

Chiffres clés Ollier Bois



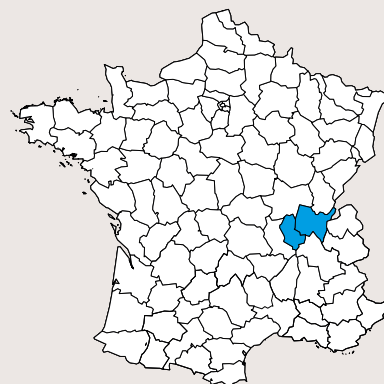
69
collaborateurs



3
points de vente



37 M€
chiffre d'affaires





Le spécialiste Bois Panneaux

Acteur de référence auprès des professionnels du bois panneaux, Socobois privilégie la proximité, l'écoute et la réactivité, afin de bâtir des relations de confiance durables et d'apporter des solutions opérationnelles adaptées aux réalités du terrain.



“Socobois, un service de qualité et l'expertise en plus.

Thierry Pichot, Directeur d'enseigne Socobois

Dans un contexte de transition écologique accélérée, Socobois renforce en 2026 son engagement en faveur de l'environnement en intégrant la durabilité au cœur de l'accompagnement client. L'entreprise guide ses partenaires dans le choix de matériaux responsables, issus majoritairement de circuits courts, favorisant les essences locales et/ou une gestion durable des ressources forestières. Elle accompagne également ses clients dans l'optimisation de leurs projets, en tenant compte de la recyclabilité des matériaux,

de la réduction des déchets et des bonnes pratiques de mise en œuvre. Socobois s'appuie sur des certifications environnementales reconnues, validées par le FCBA (l'Institut technologique Forêt Cellulose Bois-construction Ameublement), garantes de la qualité et de la responsabilité de ses produits. Ces engagements se traduisent au quotidien par un accompagnement personnalisé, assuré par des équipes formées et engagées, qui partagent avec leurs clients une valeur commune : l'amour du produit ! ”



ORGANISATION SOCOBOIS

Directeur d'enseigne :
Thierry Pichot

Chiffres clés Socobois



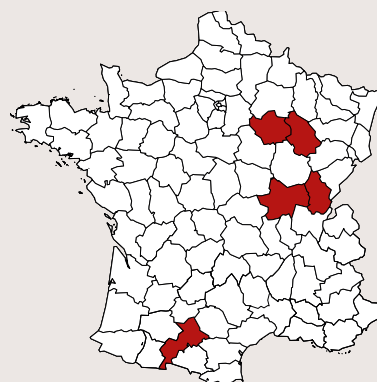
112
collaborateurs



5
points de vente



40 M€
chiffre d'affaires



LA CHAÎNE LOGISTIQUE

DU GROUPE SAMSE

Faire de notre Supply Chain un levier stratégique au service de la performance commerciale



*Le bon produit,
au bon endroit,
au bon moment...
et au meilleur prix.*



Cette devise incarne notre ambition :
*Bâtir une Supply Chain transverse, omnicanale,
agile et résiliente face aux mutations
économiques, environnementales et
géopolitiques.*





Une organisation robuste, humaine et engagée

Avec plus de **400 collaborateurs**, la Supply Chain du Groupe Samse est au cœur de notre dispositif opérationnel. Elle connecte quotidiennement nos fournisseurs, plateformes, agences et clients finaux dans une logique d'efficacité, de réactivité et de service. Nos équipes œuvrent chaque jour pour faire de notre logistique un **avantage concurrentiel durable**.

Des infrastructures logistiques au service des enseignes

Le groupe s'appuie sur un maillage logistique puissant et diversifié :

Saint-Hilaire-du-Rosier (38) :
dédiée au Bois (80 000 m² dont
40 000 m² couverts).



Brézins (38) :
dédiée au Négoce
(47 000 m², 36 000 m² couverts).



L'Herbergement (85) :
plateforme des enseignes VM
Matériaux et LNT (20 000 m²).



La Boisse (01) :
nouvelle plateforme logistique
de 56 000 m² à l'Est de Lyon,
dédiée au Bricolage et au
Cross-dock pour l'ensemble
des enseignes du groupe.

Focus sur La Boisse :

Une relance ambitieuse pour 2025 - 2026

Pensée comme un outil structurant pour répondre aux besoins croissants de nos enseignes, la plateforme de **La Boisse (01)** a connu un démarrage difficile. Aussi après une première phase d'exploitation externalisée, nous avons pris, d'un commun accord, la décision stratégique de réinternaliser les opérations à compter du 1er août 2025, sous la responsabilité directe des équipes Supply Chain du groupe.

L'année 2026 sera donc celle de la reconstruction. Notre ambition est claire : faire de La Boisse un pilier de notre performance logistique, au service du développement commercial de nos enseignes, notamment via :

> **Le stockage de 10 000 références Bricolage** pour nos magasins L'Entrepôt du Bricolage.

> L'ensemble du **référentiel e-commerce**, soit 20 000 références livrables en 24h.

> Le **déploiement du flux Cross-dock**, optimisant les délais et les taux de service.

Notre objectif reste inchangé : **tripler notre capacité de production logistique d'ici 2028**, pour passer de 20 à 60 millions de pièces expédiées.



Des moyens adaptés à l'ambition

L'ensemble de nos activités logistiques et de transport repose sur une **flotte importante de 500 camions et 2 000 chariots**, maintenus en conditions opérationnelles toute l'année par notre service dédié, **Moyens Matériels**. Nos filiales **Sud Appro**, **Schwartz** et **VM**



Une logistique durable et responsable

En 2025, notre partenaire historique **ZANON Transport** a renforcé ses engagements environnementaux en basculant **100% de sa flotte sur le carburant B100**, un biocarburant à base d'huile de colza. Le carburant B100 permet de réduire, en comparaison au gazole, de 60% les émissions de GES (CO₂) et de 80% les NOX (particules fines). Ce choix fort illustre notre **volonté concrète de réduire notre empreinte carbone** par l'adoption de **sources d'énergies alternatives**. Nous sensibilisons en parallèle l'ensemble de nos chauffeurs à l'écoconduite et renforçons ce dispositif par des formations ciblées.

Le Groupe Samse poursuit ainsi une transition vers une Supply Chain plus vertueuse, qui allie innovation, performance et responsabilité environnementale.



Optimiser nos approvisionnements avec VEKIA

Afin d'améliorer la qualité de nos prévisions et de renforcer la maîtrise de nos stocks, nous déployons progressivement VEKIA, notre APS (Advanced Planning System). Cet outil moderne permet de construire nos besoins d'approvisionnement sur la base de prévisions fiabilisées. Déjà opérationnel sur nos plateformes, il sera étendu aux enseignes de Négoce à partir de 2026 et ensuite sur notre réseau de magasins de Bricolage.

Cet outil s'accompagne d'un programme de professionnalisation des équipes approvisionnement pour renforcer leur rôle stratégique dans la chaîne de valeur.

Transport, spécialisées dans le transport aval, permettent à nos enseignes d'assurer une distribution efficace, souple et maîtrisée jusqu'au chantier ou au domicile du client.

La chaîne logistique du Groupe Samse

NOS FOURNISSEURS

Gestion du transport amont

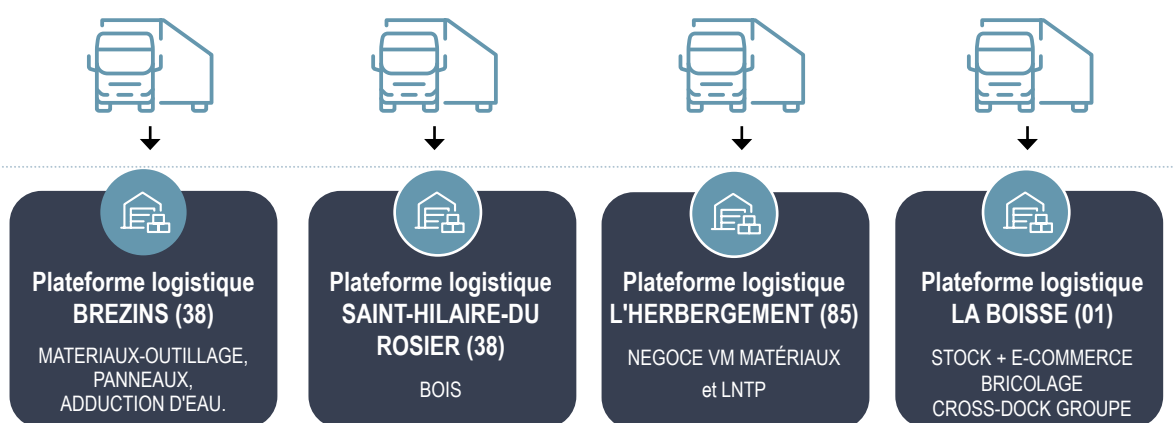
ZANON

TRANSPORT ROUTE, NATIONAL, INTERNATIONAL ET MARITIME

Organisateur de transport du Groupe Samse, mandaté par le fournisseur ou par le groupe directement.
Gère les flux de marchandises provenant des fournisseurs.

Nos infrastructures logistiques

150 000m²



Distribution

Livraison sur tous nos points de vente

ZANON



Moyens Matériels

MOYENS MATÉRIELS

500 camions
2 000 chariots



Livraison clients



CLIENTS

Des collaborateurs engagés

Pour des projets qui ont du chien et qui créent du lien !

Comment tu tends la main, comment tu partages ? Une question importante, pour une entreprise. Pour une société vis-à-vis de la société. Comment incarner concrètement l'envie d'être acteur de son territoire ? Comment rendre le monde associatif accessible aux salariés ? Chaque année, la Fondation Groupe Samse se pose ces questions et tente d'y répondre humblement, à sa manière et à son niveau.



Clara Martinez

Être acteur de son territoire, c'est bien sûr tisser un maillage territorial fort et de proximité ; mais c'est aussi tisser des liens entre l'entreprise et le monde associatif. Des liens entre les salariés du groupe et les grandes causes nationales ou des projets plus confidentiels.





“ Notre Comité d'attribution
a accordé deux belles
dotations à ces associations portées
par **Doras** et **L'Entrepôt du
Bricolage ; CaniDoux** et **Handi'
Chiens**. Coups de cœur absolus pour
nos collaborateurs Groupe Samse
chargés du vote. ”

Groupe

SAMSE

Fondation





Moustaches solidaires

Cette année, Clara Martinez, directrice de la Fondation Groupe Samse, a eu l'idée d'engager les collaborateurs autour des « **Moustaches solidaires** », inspirées du Challenge Movember*. « À l'échelle du groupe, j'ai proposé que pour chaque photo de moustache reçue, la Fondation reverse 10 euros en faveur d'une association engagée dans la lutte contre les cancers masculins. La direction du groupe a tout de suite adhéré ! »

Le challenge était ouvert à toutes et à tous : vraies comme fausses moustaches. Les collaborateurs ont voté pour l'association nationale qui allait bénéficier des fonds. Ils ont choisi **Cerhom**** qui accompagne les hommes souffrant de cancers masculins et leurs proches.

Un beau succès de participation et de sensibilisation. « Je ne savais pas trop à quoi m'attendre et j'ai presque été dépassée par la façon dont certains



collaborateurs se sont appropriés le sujet, c'était formidable ! » se réjouit la directrice de la Fondation. Les initiatives ont poussé un peu partout, dans différentes enseignes. « Certains points de vente ont fait une photo de groupe. Une salariée a même organisé un « café-moustache » avec une séance photo générale. Dans nos points de vente, les collaborateurs se sont photographiés dans leur rayon. Une alternante Doras a pris l'initiative à cœur et proposé aux clients de participer, avec un photobooth fait maison. Cela a créé du lien entre nous, et du lien avec l'extérieur. »



Projets CaniDoux et Handi'Chiens

En dehors de cette opération ponctuelle, la Fondation poursuit évidemment son œuvre au long cours : soutenir des projets d'associations concrets, précis et argumentés. Cette année, étonnamment, deux dossiers sont arrivés sur la table des comités en même temps avec pour acteurs-phare... des chiens ! « Une région Doras m'a appelée un jour pour un projet de médiation animale, autour du lien enfants-chien, **CaniDoux**. L'association intervient à l'hôpital, en pédopsychiatrie. Grâce à Utah, le chien d'assistance, l'autonomie et la confiance des enfants



* **Movember** est une campagne mondiale visant à sensibiliser et à recueillir des fonds pour la santé masculine, en particulier autour du cancer (prostate, testicules) de la santé mentale et de la prévention du suicide.

** **Cerhom** vise à créer une solidarité entre anciens et nouveaux patients atteints d'un cancer masculin (testicule, verge et prostate), à informer et rassurer les nouveaux malades, à soutenir la recherche et l'amélioration des traitements et de la qualité de vie des patients, ainsi qu'à promouvoir la prévention, l'accès aux innovations thérapeutiques et le financement de ses activités.

est renforcée » raconte Clara Martinez. C'est le directeur de région qui est venu proposer le projet pour le compte de l'association. Et il s'est retrouvé devant... son assistante de gestion qui faisait partie du jury. C'était amusant. Les rôles étaient un peu inversés (sourire). » Le projet a obtenu la deuxième plus haute dotation de ce Comité d'attribution. Une super réussite.

Deuxième projet autour de ce thème du mieux-être par l'intermédiaire de l'animal : **Handi'Chiens**. Cette fois, c'est un projet soutenu par L'Entrepôt du Bricolage : des labradors et des golden retrievers sont éduqués depuis qu'ils sont chiots pour être remis à un bénéficiaire enfant ou adulte en situation de handicap et/ou vulnérabilité. Il apporte une aide technique mais aussi un soutien moral, voire une aide à l'insertion sociale en favorisant l'interaction avec leur environnement. Coup de cœur absolu, là encore, pour le Comité d'attribution. Un hasard total que d'avoir, pour la



Je présente la Fondation lors de la Journée Connaissance de l'Entreprise. De temps en temps, on vient me voir timidement, à la fin. Certains souhaitent s'engager auprès de la Fondation, je leur propose alors de participer au comité d'attribution. Ils sont tout de suite dans le bain pour voir si cela les intéresse. Et... ils finissent tous par s'investir sur la durée. Une communauté très sympa s'est créée même si, lors des comités, on entend des témoignages forts et difficiles, témoigne Clara Martinez.

première fois, non pas un mais deux sujets autour de l'apport des chiens. « Gros coup de cœur des salariés, oui, pour ces deux assos qui, au-delà de l'attractivité des chiens, évidemment (qui ne craquerait pas ?) ont présenté des projets porteurs de liens et qui tiennent la route. Le Comité s'appuie toujours sur les devis fournis par les associations et sur le sérieux des projets. »

Qu'on ne s'y trompe pas, si l'ambiance de ces jurys est très agréable, il s'agit de choisir et décider avec sérieux et responsabilité. Et, de plus, les sujets sont souvent « lourds ». « En effet, confirme Clara Martinez, tu sors remué d'un Comité. Les contextes sont graves, les thèmes évoqués sensibles. Il n'y a pas de sujet amusant... On parle d'apporter un peu de confort à des gens qui vivent des situations compliquées. »



En 2025 les projets portés sont très variés.

C'est l'un des marqueurs de la Fondation. Ils évoquent aussi bien la précarité énergétique (les passoires thermiques) que la grande solitude. « Certains projets concernent des centres d'accueil pour des personnes mises de côté par la vie ; des maisons pour femmes en situation d'isolement, par exemple. Un beau projet est en train de prendre place sur Lyon, avec encore cette question du lien... »

Et vous qui nous lisez, alors ? Comment pouvez-vous donner un coup de pouce à la Fondation ? En parler autour de vous, déjà. C'est un premier geste très utile. Faire remonter à Clara Martinez des projets d'associations qui ont besoin d'un coup de main. Établir le premier lien. ■

Groupe
SAMSE

Sport & Culture

au coeur du sponsoring et des partenariats

“
Nos Valeurs,
leurs valeurs !
Le sport et la
culture sont
dans notre
ADN.
”

À une époque où l'importance des responsabilités sociales et culturelles de l'entreprise augmente, faire le bien et le faire savoir est plus important que jamais. Nous sommes conscients que le sponsoring sportif et culturel est un moyen stratégique de renforcer notre ancrage local et de participer en tant qu'acteur économique à l'attractivité du territoire.

Nous avons toujours axé notre politique commerciale sur la proximité et le service. Au cœur et à l'origine de chaque sponsoring, il y a un partage, un projet commun. Nombre de nos clients sont dirigeants ou membres actifs d'une association sportive locale. C'est notre trait d'union.

De plus, au vu de la croissance du sponsoring responsable, c'est un formidable levier au service de la responsabilité sociétale de l'entreprise.

Malgré les effets de la conjoncture économique, le groupe a poursuivi, de manière raisonnée et maîtrisée, ses engagements de sponsoring et de partenariat, dans une logique de continuité et de responsabilité.

La réussite est un sport d'équipe !



FC Grenoble Rugby

© : Jacques Robert

Samse, L'Entrepôt du Bricolage et Christaud soutiennent le FC Grenoble Rugby avec force et fierté.



Grenoble Foot 38 (GF38)

© : Diaferia Julien

Ensemble, gagnons des sommets !

Samse et L'Entrepôt du Bricolage sont partenaires historiques de l'équipe de football de Grenoble, le GF38, évoluant en Ligue 2.





Fédération Française de Ski

© : Agence ZOOM

Depuis 18 ans, les enseignes **Samse** et **L'Entrepôt du Bricolage** se sont engagées auprès de la Fédération Française de Ski en tant que fournisseurs officiels et partenaires des espoirs du ski français (alpin, biathlon, ski de fond, saut et combiné nordique).



Les Brûleurs de Loups

© : Fabien Baldino

Depuis 26 ans, **Samse** et **L'Entrepôt du Bricolage** accompagnent l'équipe grenobloise de hockey sur glace champion de France en titre.



Pays Voironnais Basket Club (PVBC)

Samse, **Christaud** et **L'Entrepôt du Bricolage** sont fiers d'être partenaires des féminines du PVBC en LF2 (Ligue Féminine 2).



L'Union Bordeaux Bègles (UBB)

© : Teo Konczyklo

VM Matériaux est le nouveau partenaire de L'Union Bordeaux Bègles Rugby. Vainqueur de la Champions Cup coupe d'équipe de rugby.





Idée Alpe

© : Cyrille Quintard

Nous soutenons Idée Alpe depuis ses débuts, il y a 17 ans et sa notoriété en qualité d'organisateur d'événements solidaires liés au trail, running et triathlon n'a fait qu'augmenter. Aujourd'hui, ce sont plus de 8 manifestations auxquelles nous sommes associées, avec notamment l'EKIDEN de Grenoble, le Trail des Passerelles et la Course de la Résistance.



Padel M+ Matériaux

Depuis trois saisons, MPPI est partenaire premium de la Padel Business League, le plus grand championnat de Padel Inter-entreprise. Plusieurs agences **MPPI**, **Samse** et **M+** **Matériaux** sont engagées dans le tournoi annuel.



Le Chambéry Savoie Mont-Blanc Handball

© : Team Chambéry // Laurent Théophile

Le Chambéry Savoie Mont-Blanc Handball est un club professionnel évoluant depuis plus de 22 ans au plus haut niveau professionnel. Depuis 2006, **Mauris Bois**, **Samse** et **L'Entrepôt du Bricolage** sont de fervents partenaires et invitent leurs clients à soutenir l'équipe lors des matchs à domicile.



MC
2:

MC2

© : Pascale Cholette

Le Groupe Samse soutient la création artistique : théâtre, concerts, spectacles.



S'ENGAGER
POUR MIEUX
BÂTIR VOS
PROJETS

AUDACE PROXIMITÉ INDEPENDANCE

Groupe
SAMSE

2, rue Raymond Pitet
38100 - Grenoble
FRANCE