

BIGMAT, LA FORZA DI UNA RETE INDIPENDENTE

una rete che cresce e si evolve con nuovi servizi, competenze e format per affrontare le sfide della distribuzione edile

Nel mercato della distribuzione edile specializzata, la dimensione di una rete - in termini di struttura, numero di punti vendita e volume d'affari - continua a essere un elemento importante, ma non è più l'unico parametro attraverso cui misurarne la forza competitiva.



“ I risultati raggiunti ci confermano la validità di una strategia costruita negli anni sulla vicinanza ai territori e sulla capacità di anticipare i cambiamenti del mercato. Oggi la distribuzione edile non può limitarsi a fornire prodotti, ma deve offrire servizi, consulenza, formazione e strumenti per migliorare la competitività dei clienti.

Matteo Camillini, Managing Director
BigMat Italia e International.

”

Oggi a fare la differenza sono soprattutto la qualità degli accordi commerciali e la capacità di costruire relazioni solide con i fornitori, la specializzazione dei servizi, il presidio del territorio e la possibilità di mettere a disposizione degli imprenditori strumenti, competenze e nuove opportunità di business. A questi fattori si aggiunge una responsabilità sempre più rilevante: accompagnare le rivendite nella trasformazione che sta interessando il settore, dai prodotti ai processi, dalla digitalizzazione alla formazione, fino al modo di costruire e consolidare la relazione con il cliente. È in questo scenario che BigMat consolida il proprio posizionamento come principale Gruppo indipendente italiano della distribuzione edile, forte di un brand riconosciuto e di una presenza capillare in tutte le regioni italiane. Un modello che mette insieme due dimensioni solo apparentemente contrapposte: da un lato l'autonomia e l'identità degli imprenditori associati, dall'altro la solidità e le opportunità offerte da un network nazionale e internazionale.

Una crescita che continua oltre il miliardo

Il 2025 ha confermato la solidità del percorso intrapreso da BigMat. Il Gruppo ha chiuso l'anno con un fatturato cumulato dei punti vendita pari a 1,014 miliardi di euro, mantenendosi stabilmente oltre la soglia del miliardo anche dopo la conclusione della fase di mercato sostenuta dagli incentivi edilizi. Parallelamente è proseguito il rafforzamento della rete. Al primo semestre 2026 BigMat conta 174 Soci e 293 punti vendita, con una presenza estesa a tutte le venti regioni italiane. A completare l'offerta contribuiscono 120 showroom, di cui 50 HABIMAT, e 49 centri noleggio BigRent: numeri che raccontano l'evoluzione di un modello sempre più orientato non soltanto alla vendita di prodotti, ma alla costruzione di un'offerta articolata di servizi.

Una crescita selettiva, costruita sul territorio

L'espansione di BigMat segue una logica

BigMat
HOME OF BUILDERS
www.bigmat.it

ADVERTORIAL

ragionata e selettiva. Il Gruppo punta sull'ingresso di aziende solide e riconosciute nei rispettivi territori, realtà capaci di rappresentare un punto di riferimento per imprese, artigiani, progettisti e clienti privati. Una strategia che trova riscontro nei numeri: nel 2025 sono entrati otto nuovi Soci, con quattordici nuovi punti vendita. Nei primi sei mesi del 2026 si sono aggiunti altri cinque Soci, per complessivi otto nuovi punti vendita, con realtà attive sia nel mondo dell'edilizia sia in segmenti complementari come finiture, colore, ferramenta e termoidraulica.

Per una rivendita edile, entrare in BigMat significa oggi andare oltre la tradizionale logica del gruppo d'acquisto. Significa entrare in un sistema organizzato di servizi e opportunità, mantenendo al tempo stesso la propria autonomia imprenditoriale.

Il network mette a disposizione dei Soci un brand riconosciuto in Italia e in Europa, accordi commerciali con i principali operatori del mercato, comunicazione nazionale e internazionale, strumenti digitali, formazione continua, format specializzati, supporto gestionale e confronto con una rete di imprenditori indipendenti. Sul fronte commerciale, BigMat può contare su accordi con oltre 250 fornitori di riferimento e su una gamma di oltre 400 prodotti professionali a marchio BigMat. A questi si aggiungono attività promozionali, raccolte d'ordine centralizzate, strumenti web e social, intranet e percorsi dedicati alla digitalizzazione dei listini. Un insieme di strumenti che risponde a una trasformazione ormai evidente del mercato: la competitività della rivendita non può più essere costruita esclusivamente sul prezzo.

Dal prodotto al servizio

La rivendita contemporanea è chiamata a svolgere un ruolo sempre più consulenziale. Deve saper interpretare normative e nuove esigenze tecniche, supportare progettisti e imprese, proporre soluzioni integrate, sviluppare servizi ricorrenti e creare nuove occasioni di relazione con il cliente. In questo

scenario assumono un peso crescente format come gli showroom e il noleggio, insieme alla consulenza tecnica, alla formazione e agli strumenti digitali. È un'evoluzione che porta la distribuzione edile dal tradizionale mercato di prodotto verso un vero e proprio mercato di servizio. È proprio questa la direzione che BigMat ha scelto di percorrere, sviluppando un sistema nel quale prodotti, competenze, servizi e strumenti lavorano insieme per aumentare il valore offerto dalla rivendita.

HABIMAT, lo showroom diventa esperienza e consulenza

Tra i principali driver di sviluppo di BigMat c'è HABIMAT, il format dedicato agli showroom d'interni e al mondo delle finiture, dell'arredobagno, dei pavimenti e dei rivestimenti. Un modello che supera la semplice esposizione del prodotto per trasformare lo showroom in uno spazio di ispirazione, progettazione e consulenza, capace di accompagnare il cliente nelle scelte e proporre soluzioni integrate.



Per i Soci, HABIMAT rappresenta una leva strategica per rendere la rivendita più moderna, attrattiva e orientata al servizio, valorizzando al tempo stesso l'identità del singolo imprenditore. Al primo semestre 2026 gli showroom della rete sono 120, di cui 50 HABIMAT, con altre sette realizzazioni in fase di sviluppo.

BigRent, il noleggio come nuovo servizio della rivendita

Cresce anche BigRent, il format dedicato al noleggio professionale di attrezzature e macchinari per l'edilizia. In poco più di un anno la rete è passata da 25 a 33 ragioni sociali e da 37 a 49 punti noleggio, con nuove aperture previste nel 2026. Un servizio che risponde alle esigenze operative di imprese, artigiani e professionisti, offrendo attrezzature e macchinari quando servono e direttamente sul territorio. Per la rivendita, il noleggio diventa così un ulteriore strumento di fidelizzazione, traffico e sviluppo commerciale, creando nuove occasioni di relazione e integrandosi con la vendita di materiali, accessori, consumabili e servizi.