



SEMESTRE

Les GSB qui rament et les autres...

Marché bizarre avec des GSB en retard au premier semestre et d'autres qui cartonnent. On décrypte... P.12



ZE AWARDS HABITAT& JARDIN

La grande fête des magasins !

Pour la première fois, jardinerie et GSB sont célébrées à Paris le 20 novembre. P.04

30 397 exemplaires

ACPM

DIFFUSION

Mise en distribution certifiée

Numéro 26 | Octobre 2023

HABITAT & JARDIN zePROs

habitat.zepros.fr

P. 18 **Brico**

La vague tricolore

- Ce que veulent les bricoleurs (étude)
- La bataille des labels

INCLUS

la carte du "Made in France" Brico



Offrez à vos clients la nouvelle expérience du confort thermique

Radiateurs électriques intelligents et connectés,
sèche-serviettes, pompes à chaleur, chauffe-eau
thermodynamiques...

intuis fabrique en France des solutions de chauffage
qui allient confort et économies d'énergie pour
le résidentiel, le tertiaire et l'industriel.



intuis

GRUPPE
MÜLLER

AIRELEC

APPLIMO

Auer

CAMPA

 **france energie**
Energie & Environnement

 **Muller Intuitiv**

Noirot

deviennent

 **intuis**

intuis.fr

PLUS DE CONFORT, MOINS D'ÉNERGIE.

POMPES À CHALEUR & CHAUFFE-EAU THERMODYNAMIQUES, RADIATEURS & SÈCHE-SERVIETTES, RÉSIDENTIEL, TERTIAIRE & INDUSTRIEL



ÉDITO

Pierre Dieuzeide
Rédacteur en chef

La vie sans modération, l'avis avec pondération

Je viens de découvrir un tableau de bord signé Vasano, une étude que je crois bien être le seul, à cette heure, à avoir consulté. Et c'est pas piqué des hannetons ! Ce tableau passe à la moulinette les avis clients Google sur les enseignes brico, jardin et négoce avec un comparatif détonant. Cette étude pondérée recoupe ensuite les avis thème par thème : accueil, livraison, etc. Passionnant travail que nous vous présenterons bientôt et de façon régulière. Sans déflorer le sujet, on découvre que les rois des avis sont les enseignes dites de proximité comme les négoce et les MSB, mais il y a bataille et de sacrés surprises. Au point que nous avons invité les enseignes à venir en parler autour d'une table ronde début décembre. Et là, il y aura du beau linge. Pour préparer cette réunion, j'ai déjà travaillé avec des dirigeants "d'expérience client" de GSB. Je m'attendais à des addicts de l'avis, le genre drogué au NPS du soir au matin. Le genre à juger, jauger, noter le collaborateur. Eh bien non, pas du tout ! Ils m'ont parlé de biais dans lesquels ne pas tomber, de relativiser, de savoir décrypter les chiffres assénés. J'étais hystérique... ils m'ont pondéré ! Ces princesses et princes de l'avis client des grandes enseignes en parlent avec du recul. L'expérience client, c'est la vie, pas l'avis. La première sans modération, passionnée, le second pondéré. Ils veulent se servir de chiffres... mais pas en devenir les esclaves. Même vision chez Vasano... Cette table ronde va être passionnante ! ●

L'IMAGE DU MOIS



C'est ici que ça va se passer ! Le 20 novembre, les magasins brico et jardin champions RSE, rois du merch et de la mise en scène se retrouveront à l'Elysées Biarritz pour une grande fête : les Ze Awards Habitat & Jardin. Quoi ? Vous n'êtes pas inscrit ? Demandez vite à votre centrale...

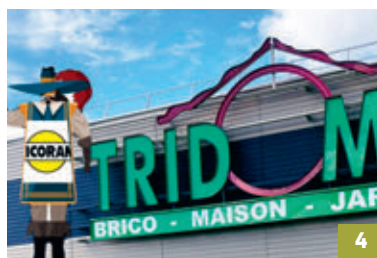
SOMMAIRE

ACTUALITÉS

Distribution	4
Vos régions	14

FOCUS

La véritable influence du "Made in France"	18
--	----



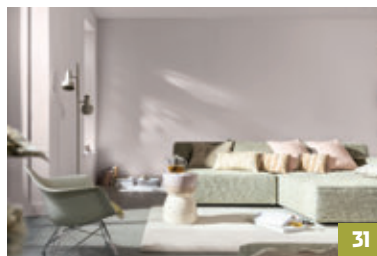
Tridôme chez ITM... qui l'eut cru ?



Gilles Attaf, président d'OFG.

MARCHÉS BRICOLAGE

Tableau de bord	22
Nouveautés	23
Marchés	24
Visite usine Lapeyre	25
	26



La couleur de l'année est le Tendre Cocon !



Salon Paysalia du 5 au 7 décembre.

MARCHÉS DÉCORATION

Tableau de bord	28
Nouveautés	30
	31

MARCHÉS JARDIN

Tableau de bord	32
Nouveautés	34
Vos marchés	36
	39



8-10 rue des Blés - Bât. M/36 - 93210 La Plaine Saint-Denis - Tél. : 01 49 98 58 45 - Fax. : 01 49 98 58 47 - e-mail : contact-habitat@zepros.fr - internet : www.zepros.fr • **Directeur de la publication** : Philippe Paulic - Tél. : 06 62 73 06 02 - p.paulic@zepros.fr • **Conseiller spécial** : Bruno Lacroze • **Directrice des rédactions** : Marie-Laure Barriera - Tél. : 06 66 64 61 03 - ml.barriera@zepros.fr • **RÉDACTION** Rédacteur en chef : Pierre Dieuzeide - Tél. : 01 49 98 58 45 - p.dieuzeide@zepros.fr • **Ont participé à ce numéro** : Laurent Feneau, Thierry Goussin, Samia Ouledcheikh • **Premier secrétaire de rédaction** : Jean-Philippe Scardina - jp.scardina@zepros.fr • **Maquette** : Chef de studio : Marc Le Texier - maquette@zepros.fr • **Maquettistes** : Isabelle Cerf et Thierry Poullieute • **Crédit photos et illustrations** : Droits réservés sauf mention contraire - Photo couverture : AdobeStock • Photos table ronde : Joachim Tournebize • **MARKETING-DIFFUSION** Catherine Paulic - c.paulic@zepros.fr • **PUBLICITÉ** • **Directrice commerciale** : Nathalie Richard-Mathieu - Tél. : 06 69 65 93 83 - n.richard-mathieu@zepros.fr • **Directrice adjointe de la publicité** : Virginie Lindo-Martinez - Tél. : 06 60 77 49 71 - v.lindo-martinez@zepros.fr • **Directrice de clientèle** : Anne Leguillier - Tél. : 06 99 43 19 66 - a.leguillier@zepros.fr • **ADMINISTRATION Responsable** : Moufid Barkallah - m.barkallah@zepros.fr • **Comptable** : David Vallès - d.valles@zepros.fr • **IMPRESSION** L'imprimerie - 79, route de Roissy - 93290 Tremblay-en-France • Dépôt légal à parution • ISSN 2800-2563 • **OJD** : Mise en distribution certifiée 2022 : 30 397 ex. OJD/ACPM janv. 2022 à déc. 2022 • **ZEPROS** est une publication de la société « Groupe Gratuit Pros », SARL au capital de 8 000 € • RCS Bobigny B 483 806 717.

ZEPROS S'ENGAGE POUR LA PLANÈTE !



Procédé d'impression sans eau waterless - Origine du papier : France (Chapelle Darblay) - Taux de fibres recyclées : 100 % - Eutrophisation : PTot = 0,009 kg/tonne.

Vite!

PATRONNE

Une Plateforme d'un nouveau genre

Ce n'est plus Jean-Louis Bo-lard, ni plus généralement un homme, qui dirigera en 2024 la Plateforme du Bâtiment, mais Sibylle Daunis (photo). Le premier fera valoir ses droits à la retraite en mars prochain, tandis que la seconde choisie pour le remplacer laissera son poste de directrice générale de Pum à Gaëlle Chantôme à compter du 1^{er} février prochain.



MIEUX MAIS...

Le jardin à -3%

Selon Promojardin, le marché du jardin a connu un premier semestre encore en recul. On n'est plus sur du -8 % comme en 2022, mais encore sur du -3 %.

ZE AWARDS

Vos magasins brico et jardin récompensés

Vous travaillez dans un magasin de brico et jardin ? Alors cet article vous concerne, quel que soit votre poste. Vous êtes peut-être le futur vainqueur des Ze Awards Habitat & Jardin. Enfin une fête pour les GSB et les jardineries !

Si vous aimez réaliser des mises en scène, des podiums saisonniers... Si vous avez dans votre magasin des génies du « merch » et que vous avez les preuves en photos, si cette année ou l'an dernier certains de vos collègues ont commis des actes héroïques, sauvé des clients, des collaborateurs ou même des animaux de compagnie... Si en équipe vous avez aidé les plus faibles, les plus démunis, à jardiner et/ou



à bricoler... ou même si vous avez mis en place des idées pour faciliter le travail de vos salariés... Bref, si vous avez donné l'exemple de ce que l'on appelle aujourd'hui la RSE, vous devez participer aux Ze Awards Habitat & Jardin. C'est facile ! Envoyez votre candidature à

vos centrale, ou même directement à notre journal. Il est encore temps de jouer ! Que risquez-vous ? De recevoir une récompense comme champion de votre enseigne et d'être invité à une top soirée à Paris avec les champions des autres enseignes ! ●

Les 7 prix Ze Awards Habitat & Jardin

Chaque enseigne nous présente de trois à cinq candidats pour les prix suivants :

- Acte RSE 2022/2023
- Mise en scène Brico 2022/2023
- Mise en scène Jardin 2022/2023
- Héros 2022/2023
- Entrepreneur brico de l'année 2022/2023 (franchisé, adhérent)
- Entrepreneur jardin de l'année 2022/2023 (franchisé, adhérent)
- La femme ou l'homme de l'année



DES RÉSULTATS FLATTEURS...

Teract jardine mieux que le marché

Teract va bien grâce notamment à ses jardinerie/animaleries et en particulier grâce à ses franchisés et affiliés. Le volume d'affaires de cette branche progresse de quasi 1% à données comparables sur la période de juin 2022 à juin 2023 pour un total de 2,38Md €. Une prouesse sur un marché du jardin tendu.

On l'avait presque oublié, mais Teract, c'est avant tout un groupe de distribution dans le secteur jardin (Jardiland, Gamm vert, Delbard, Jardinerie du Terroir...). Le groupe s'en est plutôt bien sorti sur son exercice qui court de juin 2022 à juin 2023. Le second semestre, qui a commencé en janvier, a subi un léger retrait au périmètre des seules

jardinerie intégrées (69 Jardiland, 98 Gamm vert et 3 Noa), à 477,1 M€ (-1,1%), et -1,8 % sur l'ensemble de l'année, à 813 M€. Toutefois, le volume d'affaires de tous les magasins, en ajoutant cette fois les jardinerie affiliées et franchisées, est de 2 388,4 M€, avec des performances dans le vert : +2,3 % au second semestre et +0,9 % sur

l'année, sur un marché pourtant en chute de 8 % en 2022 et en recul de 3 % à mi-2023 ! Le ciment du groupe passe désormais par ses marques propres : depuis janvier 2022, 1528 nouvelles références ont été lancées. Leur taux de pénétration s'est ainsi accru de 5 points par rapport au 30 juin 2022 (20,6 % du CA des magasins intégrés



au 30 juin 2023). Le volume d'affaires de la branche alimentaire (Grand Marché Frais d'Ici, Boulangerie Louise) est passé de 18,8 M€ en 2021-2022 à... 95 M€ sur l'exercice 2022-2023, soit 4 % du volume d'affaires de Teract. ●

STRIKE

Les Mousquetaires reprennent Tridôme

C'est l'événement de l'été ! Les treize magasins du groupe Tridôme passent dans l'escarcelle d'ITM Équipement de la Maison pour devenir sans doute des Bricorama. Concurrence, projet... que va-t-il se passer ?

Surprise ! C'est le groupe qui gère Bricorama, Bricomarché et Brico Cash qui a convaincu Jean-Claude Albert de céder son affaire, qui

réalise environ 155 M€ de CA avec dix points de vente (treize magasins en comptant les jardinerie) sur plus de 60 000 m² avec 600 collaborateurs si nos additions sont bonnes ! Pourquoi une surprise ? Parce qu'on aurait pu ima-



giner que le Groupe Mr.Bricolage emporterait la partie en cas de vente, vu que Tridôme source auprès du Club (Groupe Mr.Bricolage). Et bien non ! C'est l'entreprise présidée par Laurent Pussat qui a décroché la timbale. En attendant, si le rachat est entériné, il est probable que, comme pour Bricorama, ITM rétrocède rapidement les magasins Tridôme à des adhérents. Il ne reste plus qu'à regarder les positions et

tailles de ces magasins. Nous avons compté deux magasins à Narbonne (11), deux à Carcassonne (11) et un à Perpignan (66). Un peu plus à l'Est, on trouve les deux de Bollène (84), celui de Salaise-sur-Sanne (38) et en remontant au-dessus de l'Aude, ceux de Mende (48) et du Puy-en-Velay (43). Dans le Sud-Ouest, nous relevons trois Tridôme : Pineuilh (33), Marmande (47) et Bergerac-Creysse (24).

La plupart des Tridôme ne concurrencent pas les Bricorama ou Bricomarché, sauf à Marmande où il y aura des choix à faire car Bricorama et Tridôme sont voisins (on avait réalisé un Incognito dans ces deux magasins et Tridôme avait gagné !). Tridôme tirerait le rideau peut-être dans un an ou deux. Après Bricolex, c'est un peu de l'histoire du brico en France qui disparaît, non sans un peu de nostalgie. ●

Y A QUE LE MAILLAGE QUI M'AILLE

Mr.Bricolage passe à 1 000 magasins

Volume d'affaires TTC en M€	Nbre de magasins	30/06/2023	Var. vs S1 2022 à surfaces courantes	Var. vs S1 2022 à mag. comparables
Ventes en magasins	1003	1 197,2	+1,2 %	-0,9 %
- France ⁽¹⁾	927	1 028,8	+0,3 %	-1,8 %
- International ⁽²⁾	76	168,4	+7,7 %	+4,0 %
Ventes e-commerce ⁽³⁾ hors click-and-collect	-	6,7	+20,8 %	NA
Total	1003	1 203,9	+1,3 %	-0,9 %

(1) Dont 331 magasins sous enseigne Mr.Bricolage, 104 magasins sous enseigne Les Briconautes et 492 magasins affiliés sous enseignes indépendantes.

(2) 76 magasins sous enseigne Mr.Bricolage dans 11 pays : Andorre (1), Belgique (44), Bulgarie (12), Chypre (1), Côte d'Ivoire (1), Gabon (2), Kosovo (1), Macédoine (1), Madagascar (1), Maroc (10), Maurice (2).

(3) Le poste « e-commerce » intègre les ventes livrées à domicile et les ventes retirées dans les magasins Mr.Bricolage (hors click-and-collect).

Avec 1003 magasins au 30 juin, la galaxie Mr.Bricolage continue de s'étendre, ce qui permet au groupe d'amortir le ralentissement des ventes du premier semestre (-1,8 % en France).

L'une des grandes réussites de Mr.Bricolage ces derniers mois est d'avoir attiré près d'une centaine de nouveaux magasins, 83 très exactement en six mois ! Fin 2022, le groupe comptait 920 points de vente. Côté résul-

tats, Mr.Bricolage fait partie de ceux qui baissent au premier semestre, avec -1,8 % à surface comparable en France et -0,9 % dans le monde. Le groupe l'explique par l'inflation et la remontée des taux d'intérêt qui brident la consommation et l'investissement des ménages.

Les ventes directes en ligne avec livraison au particulier représentent, elles, 6,7 M€

sur un semestre en croissance de 20,8 %.

Faible rotation des stocks

Les résultats de Mr.Bricolage sont toujours en deux parties :

le CA du réseau et celui de Mr.Bricolage SA, la société de services des magasins du groupe, en partie cotée en Bourse. Elle subit plus durement le ralentissement du marché, avec un CA en chute de 6,8 %, à 163,5 M€, due principalement à la forte baisse des ventes de marchandises au réseau (-9,3 %). Les magasins avaient sans doute du stock et ont moins passé commande... Les ventes de prestations, pour leur part, restent du même ordre qu'au premier semestre 2022.

Le résultat de l'exercice sur six mois est en recul de 9,2 %.

Les 1000 par le menu

La galaxie Mr.Bricolage compte 331 magasins sous enseigne, 104 magasins sous enseigne Les Briconautes et 492 magasins affiliés sous enseigne indépendante. À l'international, l'enseigne totalise désormais 76 magasins hors de France répartis dans onze pays : Andorre (1), Belgique (44), Bulgarie (12), Chypre (1), Côte d'Ivoire (1), Gabon (2), Kosovo (1), Macédoine (1), Madagascar (1), Maroc (10), Maurice (2). Ces 76 magasins internationaux génèrent un volume d'affaires de 168,4 M€, en croissance de 4,0 % à magasins comparables.



L'ENGRAIS BLEU SE RÉINVENTE EN VERSION UAB*

- Engrais organique : 8.4.8
- Engrais de qualité à haute valeur nutritive
- Idéal pour toutes les cultures ornementales et potagères
- Granulés bleus pour un épandage homogène
- Sac en plastique recyclé à 80%

NOUVEAU FORMAT

UTILISABLE EN AGRICULTURE BIOLOGIQUE*

EMBALLAGE COMPOSÉ DE MATIÈRES RECYCLÉES

JARD'INNOV ELUS PAR LES PROFESSIONNELS 2023

PLAN DE COMMUNICATION



Promotions en magasin



Communication digitale



Influenceurs

DES RÉSULTATS ÉBLEUISSANTS !

Vite!

LABAT MOBILE

La BtoC du marketing

ManoMano annonce l'évolution de poste de Roxane Labat. Chargée jusqu'ici du marketing BtoB, elle hérite également de la branche BtoC.

ACTE I

Un petit pas pour Vanier, un grand pour Bricomarché



Le Comité RSE s'est réuni pour la première fois en septembre avec en tête Nicolas Vanier et les différentes directions des Mousquetaires du brico pour dessiner la stratégie RSE et la feuille de route.

SAINT-ÉTIENNE

Un temple du design



C'est dans l'ancienne Manufacture Impériale d'Armes de guerre de Saint-Étienne (42) que siègera la Galerie nationale du design. Elle accueillera, au gré d'expositions annuelles, les collections de design conservées dans différentes institutions culturelles françaises. Les pros du secteur de l'habitat pourront y aller en pèlerinage et s'inspirer...

PRÉCARITÉ ÉNERGÉTIQUE

"Ensemblier solidaire", ou la naissance d'un nouveau métier

Ensemblier solidaire ! Voilà le nom du nouveau métier imaginé entre autres par l'association "Stop à l'exclusion énergétique" et par Leroy Merlin, l'un de ses principaux mécènes. Dans un monde merveilleux, une dizaine de milliers de postes seraient à pourvoir !

Pour présenter ce nouveau métier, Nicolas Cordier, Social Business Intrapreneur, leader sur le sujet de la lutte contre la précarité chez Leroy Merlin, est intarissable. Tout comme Gilles Berhault, secrétaire général de l'association "Stop à l'exclusion énergétique". Tout est parti d'un constat : il existe des dizaines de milliers de ménages habitant des passoires thermiques qui « ne se plaignent pas ; certains ont honte, d'autres craignent qu'on leur enlève leurs enfants...

et ignorent qu'ils peuvent bénéficier d'aide. » Sans oublier que le reste à charge, ce qu'ils devront payer in fine, souvent de l'ordre de 5000 €, est toujours bloquant pour des familles à trésorerie quasi négative... Et on ne s'attardera pas sur les méandres juridico-financiers pour tenter de remplir un dossier... Bref, rénover un appartement quand on est fauché devient quasi insurmontable.

11000 postes à pourvoir

Très pragmatiques, les acteurs associatifs se sont réunis sous une même bannière, "Stop exclusion énergétique", pour que l'État n'ait qu'un seul interlocuteur. Ensemble, ils ont décrit les cinq étapes pour passer à l'action : identifier, organiser, financer, réaliser, suivre. Et c'est là qu'ils ont inventé un nouveau métier qui permet de gérer ces



De g. à dr. : Gilles Berhault et Berand Saincy, respectivement DG et président de "Stop à l'exclusion énergétique", et Nicolas Cordier, Social Business Intrapreneur de Leroy Merlin.

étapes, un métier qui met de l'huile dans tout le processus : celui d'ensemblier solidaire, celui ou celle qui prend le dossier en charge. Bien sûr, ces coachs existent déjà dans les associations, mais l'idée est de « rendre scalable cette profession, l'industrialiser », expliquent en chœur Gilles Berhault et Nicolas Cordier. « Avec 500 000 logements insalubres, il faudrait dans l'idéal

créer 11000 postes d'ensemblier solidaire », ajoutent-ils. Leroy Merlin intervient dans cette chaîne de cinq étapes au niveau de la détection et bien sûr sur le financement du reste à charge. L'enseigne annonce par la voix de Nicolas Cordier que « depuis 2021, plus de 2 M€ ont été collectés et sont venus aider près de 400 familles à sortir de la précarité énergétique ». ●

RETOUR MAISON !

Lorraine Valsasina quitte ManoMano pour Bricoman

Lorraine Valsasina revient sur la planète Adeo après trois ans comme patronne du BtoB chez ManoMano. Elle est la nouvelle directrice générale de Bricoman Pologne...

Le girl power continue chez Adeo. Après Agathe Monpays à la tête de Leroy Merlin

France, voici Lorraine Valsasina aux commandes de Bricoman Pologne. C'est un tout petit peu plus petit comme business unit (neuf magasins), mais pas sans ambition ! Cette femme très brillante, ultra-diplômée (HEC et master en Affaires publiques à Sciences Po), ancienne directrice de magasin, directrice régionale,

directrice relations client et services de Leroy Merlin, nous explique poursuivre ainsi un projet familial en lien avec la Pologne, un pays pour lequel elle ne cache pas son attachement. Aucun regret avec son expérience chez ManoMano, où elle développait l'appli Pro et le développement en Europe. Elle confie même :



« ManoMano, c'était trois années formidables. » Mais le retour au retail plus omnicanal – et surtout en Pologne – a été le plus fort. ●

ALCHIMIE

Pour l'étiquette, distributeurs et fabricants se mettent à la colle

Ils ont signé ! Distributeurs et fabricants de peinture, enduits, colle et mastics se sont mis d'accord pour parler le même langage d'étiquette.

C'est Frédéric Descrozaillie, député Renaissance, auteur de la loi pour « équilibrer les négociations entre industriels et distributeurs », qui a servi de parrain lors de la signature entre Mathieu

Pivain, président de la Fédération des magasins de bricolage

(FMB), et Jacques Menicucci, président de la Fipec (Fédération

des industries des peintures, encres, couleurs, colles et adhésifs, résines).

notamment en matière d'étiquetage, ont décidé de faire front commun et de « mieux communiquer entre industriels et distributeurs lorsque des modifications d'étiquetage sont imposées par les règlements ». C'est peut-être un entraînement avant que la FMB et Inoha signent pour un index maison, un score éco ou autre anticipant les normes environnementales et sociales des produits. ●



Charte commune

Qu'ont-ils signé ? Une charte commune relative à une partie de l'étiquetage imposée par la réglementation chimique européenne. En clair, distributeurs et fabricants, conscients qu'il va falloir s'adapter en permanence à la loi

Agenda

Vous préparez un événement, un salon, un congrès, un concours, une journée « partenaires »... et vous souhaitez le faire savoir ? Prévenez-nous !

contact-habitat@zepros.fr

LIEUX	DATES	RENDEZ-VOUS
Vos salons et événements nationaux		
75 Paris	9 au 12 novembre	MIF Expo, le plus grand événement du "Made in France" au Parc des Expositions de la Porte de Versailles.
75 Paris	20 novembre	Ze Awards Habitat & Jardin
69 Lyon	5 au 7 décembre	Paysalia, le salon du paysage, du jardin & sport aura lieu à Eurexpo.
13 Marseille	26 au 28 mars 2024	JdC Garden Trends, le salon des professionnels de la distribution, accueillera ses visiteurs au Parc Chanot.

Vos salons et événements internationaux

Italie	11 au 14 janvier 2024	Milano Home, le salon de la maison italien, aura lieu à la Fiera Milano, à Milan.
France	18 au 22 janvier	Maison&Objet ouvre ses portes au Parc des Expositions de Villepinte, à Paris.

LIEUX	DATES	RENDEZ-VOUS
Allemagne	26 au 30 janvier	Ambiente, Christmasworld et Creativeworld se tiendront au Parc des Expos de Francfort.
Belgique	du 3 au 5 et du 9 au 14 février	Batimons, le salon de la construction, de la rénovation et de la décoration, accueillera ses visiteurs à Mons.
Belgique	25 au 26 février	Anido, salon professionnel pour le secteur de l'animalerie du Benelux et du nord de la France, ouvrira ses portes à Courtrai Expo.
Belgique	26 au 27 février	DIY Pro&Garden, salon destiné aux pros des secteurs du brico et de la jardinerie, ouvrira ses portes à Courtrai Expo.
Allemagne	3 au 4 mars	Eisenwarenmesse, le salon de la quincaillerie, se déroulera au Centre des Expositions de Cologne (Kolnmesse).
Allemagne	7 au 10 mai	Interzoo, le salon dédié aux professionnels de l'animalerie, tiendra place au Centre des Expositions de Nuremberg.

Vite !

ADIEUX

Le dernier bouclage de Marie-José Nicol



La plus célèbre des journalistes du secteur brico-jardin, Marie-José Nicol, terrible et légendaire patronne de BricoMag, s'en est allée discrètement, elle qui avait pourtant fait de l'extravagance sa signature. Nous vous proposons de retrouver en flashant ce QR code l'hommage rendu par Philippe Méchin, l'un de ses lieutenants les plus fidèles. La rédaction de Zepros Habitat tient à adresser toutes ses condoléances à la famille de Marie-José.



CHARBON DE BOIS FRANÇAIS & ÉCORESPONSABLE

Qualité gastronomique®

Plus d'infos ici



Longue
durée de braise
Jusqu'à 3h



Fabriqué
en France
Aube et Gironde



FCBA 1703100



www.soler.green



RÉSULTATS

Casto rame, Brico Dépôt chute... mais les renforts arrivent

Kingfisher a publié des résultats en baisse de 2,2% au premier semestre et de 3,8% en France, avec Castorama qui rame mais qui s'en sort un peu mieux que Brico Dépôt! Les renforts se dessinent à l'horizon: marketplace tricolore, cible pro notamment chez Brico Dépôt et envol de Screwfix qui vise 600 points de vente en France.

Les résultats semestriels du groupe Kingfisher pâtissent d'un gros coup de frein en Pologne et en France pour un CA global de 6,808 Md€ (7,821 Md€), en baisse à surface comparable de 2,2%. Au seul périmètre britannique, le résultat est bien meilleur avec +1,7%, dont un très beau +4,1% au deuxième trimestre! Mais de l'autre côté de la Manche, chez nous, c'est le fog

avec un Kingfisher France en recul de 3,8% sur S1 et un sévère -5% pour Brico Dépôt, quasi deux fois plus de recul que Castorama (-2,7%). Et les résultats du dernier trimestre sont du même acabit. Il n'y a donc pas de signe flagrant de reprise.

La fausse route de Brico Dépôt

Le groupe explique l'écart entre les deux enseignes par un Brico Dépôt qui a souffert du blocage des dépôts par des grévistes contre la réforme des retraites, mais également par un choix stratégique... finalement abandonné. Kingfisher explique que Brico Dépôt avait alloué des dépenses marketing à des opérations digitales sans rencontrer le succès escompté. L'enseigne a depuis fait machine arrière. En somme, c'est retour aux cata-

logues! L'écart de résultat entre Casto et Brico Dépôt pourrait s'expliquer aussi par des ventes « cœur » et « projet » plus résilientes chez Castorama (-0,9%) que chez Brico Dépôt (-3,4%). Les catégories « cœur » correspondent aux produits non saisonniers dans toutes les catégories (peinture, quincaillerie, etc.). Les catégories « projet » regroupent cuisine, salle de bains et rangement.

Des prévisions revues à la baisse

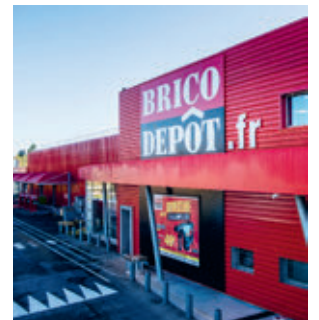
Côté ventes saisonnières, c'est la Bérézina pour les deux enseignes avec un recul d'environ 7% pour Castorama et supérieur à 10% pour Brico Dépôt. Kingfisher n'est guère optimiste pour la suite et informe que le troisième trimestre du groupe entier est sur une tendance à -2,4%,



que la France subira encore un ralentissement... et de conclure que la prévision de résultat avant impôt passe de 634 M€ à 590 M€ (l'équivalent de 677,9 M€).

L'arme future: la marketplace tricolore

Quels sont les points positifs ou les raisons d'espérer? D'abord, Kingfisher France n'a toujours pas sa marketplace tricolore... Et là, c'est une faiblesse notoire quand on regarde par exemple l'effet de celle de Leroy Merlin ou de B&Q. Thierry Garnier, directeur général de Kingfisher, révèle lui-même que « sur le premier semestre, nos ventes en ligne ont augmenté de 7%, portées par le succès de nos marketplaces. Les ventes de la marketplace de B&Q ont atteint 33% de ses ventes en ligne en juillet. » On imagine quelle bouffée



d'air frais cela apporterait à Kingfisher France... Autre perspective positive: la chasse aux professionnels. Pour mieux les servir, « nous avons continué à développer des gammes spécifiques, des services dédiés, et formé des vendeurs experts dans l'ensemble de nos enseignes, avec notamment la mise en place de zones dédiées aux "pros" dans 27 magasins en France et en Pologne », détaille Thierry Garnier. ●

Résultats pour le semestre clos le 31 juillet 2023 (avant audit)

Synthèse des données financières	2023/24	2022/23	Var. totale (en %)	Var. totale (en %)	Var. à surface comparable (en %)*
			Publié	À tx. de change constant*	À tx. de change constant
Chiffre d'affaires	6 880 M€	6 809 M€	+1,1 %	(1,0) %	(2,2) %
Marge brute	2 495 M€	2 496 M€	(0,1) %	(2,0) %	
Marge brute (en %)*	36,3 %	36,7 %	(40) pb	(40) pb	
Résultat opérationnel	367 M€	531 M€	(30,9) %		
Résultat avant impôt publié	317 M€	474 M€	(33,1) %		
Résultat après impôt publié	237 M€	373 M€	(36,5) %		
Bénéfice par action non dilué	12,4 p	18,6 p	(33,4) %		
Variation de trésorerie nette*	51 M€	(329) M€	n/d		
Acompte sur dividende	3,80 p	3,80 p	-		
Données hors éléments exceptionnels					
Résultat opérationnel*	433 M€	555 M€	(22,0) %	(23,0) %	
Marge opérationnelle %	6,3 %	8,2 %	(190) pb	(180) pb	
Résultat avant impôt	336 M€	472 M€	(28,8) %		
Résultat après impôt*	249 M€	368 M€	(32,3) %		
Bénéfice par action non dilué*	13,0 p	18,3 p	(28,9) %		
Flux de trésorerie disponible*	346 M€	104 M€	n/d		
Endettement net ⁽¹⁾	(2 181) M€	(1 848) M€	n/d		

Et pendant ce temps-là, la concurrence...

Sur un semestre de janvier à juin (Kingfisher mesure le sien de février à juillet), Mr.Bricolage recule également, mais seulement de 0,9%. L'Entrepôt du Bricolage progresse de 4,8%, Lamaison.fr ferait encore mieux et ITM serait positif à près de 3%. Reste Leroy Merlin que l'on dit confortablement en progression (au-dessus de 4%), à peu près dans les mêmes eaux que Weldom qui est à +4,6% (+15% à surface courante). Donc Kingfisher France dévisse... Mais l'inflation fausse un peu le jeu car ces progressions de chiffres ne témoignent pas forcément de plus de passages en caisse. C'est la comparaison des marges qui sera intéressante...



AMBITIEUSE AMBITION...

Screwfix en ligne dans 20 pays, avec 600 magasins en France

« Avec désormais neuf magasins Screwfix en France, dont quatre ouverts au premier semestre, l'attractivité de la marque progresse auprès des clients professionnels. Nous prévoyons désormais jusqu'à vingt ouvertures cette année. Ces pre-

miers résultats en France nous ont encouragés à passer à l'étape suivante de notre développement à l'international, et nous annonçons le lancement au troisième trimestre de Screwfix en tant que pure-player en ligne, dans jusqu'à vingt pays européens »,

révèle Thierry Garnier, directeur général de Kingfisher, auquel appartient Screwfix. Mais pour rester sur le périmètre français, Kingfisher envisage 600 magasins à terme dans l'Hexagone « si la réussite de ce format se confirme ». ●



**LA SOLUTION
PROFESSIONNELLE
VERS UNE HYGIÈNE
IRRÉPROCHABLE**



Retrouvez une sélection de
produits d'hygiène **Pro Formula**
chez **Leroy Merlin** et **Weldom**



La gamme de produits Pro Formula est le fruit de plus de 50 ans d'expérience et de connaissances professionnelles en matière d'hygiène acquises par Diversey, associés aux plus grandes marques du groupe Unilever. Un environnement parfaitement propre est l'élément indispensable pour une expérience client réussie. Nous vous aidons à gagner en efficacité et productivité grâce à des solutions vous permettant l'obtention de résultats de nettoyages professionnels irréprochables.

ÉVÈNEMENT

Renodays : le succès d'un salon intelligent



Il y avait Leroy Merlin et 140 autres exposants; il y avait des masterclass, workshops, meet-ups, studios radio... Bref, du débat avec même Brico Dépôt et plus de 5000 visiteurs en deux jours. Formule réussie pour ce rendez-vous entre deux Batimat.

C'est un salon un peu sur le mode VivaTech avec une centaine de micro-stands, mais des forums en majorité (220 prises de parole), des débats en direct,

un immense bar, le café de la Rénovation au centre du Hall 6 de la Porte de Versailles (Paris). Le salon Renodays est bien né pour ses deux jours (12 et 13 septembre) avec même la présence d'Agnès Pannier-Runacher, ministre de la Transition énergétique. Quel était l'objectif de ce salon ? Décrypter les problématiques et les enjeux de la rénovation. On sait que l'État pousse à boucher les passoires thermiques... Mais avec qui, comment, quelles primes ? Le marché

est considérable mais la plupart des acteurs y perdent son latin. Dans la jungle des réglementations, dès que quelque chose devient compliqué, les rois sont « ceux qui expliquent », d'où le couronnement de ce salon.

Brico Dépôt accélère sur la réno énergétique

Voilà pourquoi Brico Dépôt avait dépêché Peggy Sadier, sa directrice de relation client. Elle a expliqué lors d'un débat sur Bâti Radio le fonctionnement de l'aide

à la rénovation énergétique mise en place avec son partenaire Ynergie. Là encore, la démarche est pédagogique : Brico Dépôt rabat les candidats à une rénovation énergétique simple ou globale vers son partenaire, pour un diagnostic puis une prise en charge par des artisans. Depuis le lancement de l'offre, surprise, 82 % des dossiers concernent une rénovation globale ! À ce stade, Brico Dépôt n'y gagne qu'une commission d'apporteur d'affaires sans vendre de produits, mais Peggy Sadier nous a révélé qu'un deuxième étage de la fusée se mettait en place avec une offre étoffée, tant chez Brico Dépôt que chez leur partenaire Ynergie. Pas impossible que Brico Dépôt devienne un acteur encore plus impliqué dans les semaines à venir. Si aujourd'hui la rénovation énergétique représente 10 à 15 % du CA de Brico Dépôt, il y a donc fort à parier que ce chiffre pourrait fortement progresser...

Leroy Merlin chasse les artisans

C'est aussi le cas pour Leroy Merlin, qui nous avait expliqué développer dans chaque magasin des RRE (référént rénovation énergétique) dont le rôle est de dessiner le projet des clients, le mettre dans le bon ordre et le confier soit à Kbane, soit à des artisans avec à chaque fois une prise en charge comme mandataire au financement. La clé de l'offre



Peggy Sadier a annoncé lors de Renodays les ambitions de Brico Dépôt en matière de rénovation énergétique.

Leroy Merlin réside dans la taille de son armée d'artisans RGE. D'où sa présence d'ailleurs dans ce salon avec un panneau qui ne tourne pas autour du pot : « Artisans, si on faisait équipe ? Plus de chantiers, moins de papier, rémunération au juste prix, etc. » Le « leader » de ce projet, Fatah Rezzaï, est d'ailleurs sur le salon. Le prochain Renodays aura lieu en 2025. Cependant, le sujet de la rénovation globale et performante des logements sera largement au programme des salons du Mondial du Bâtiment – Batimat rejoint par Equipbaie et Métalexpo, Interclima et Idéobain. Le grand rendez-vous de la filière est déjà fixé, du 30 septembre au 3 octobre 2024, à la Porte de Versailles. ●



THE GAME

Une fresque contre la précarité

Leroy Merlin était aussi présent avec l'association "Stop à l'exclusion énergétique", l'enseigne étant l'un des soutiens les plus actifs. Lors des Renodays, ensemble, ils ont permis à des dizaines de personnes de réaliser une fresque de la précarité énergétique. On rappelle le principe : les acteurs de ce moment ludique mettent en relation des cartes contenant une image et un propos. Et c'est vrai qu'en reliant ces cartes, on fait sienne la problématique. Le « fresqueur » découvre par exemple qu'un habitat insalubre provoque quasi à coup sûr des échecs scolaires. Bien sûr, on pouvait s'en douter, mais la fresque permet de chiffrer le bond des résultats scolaires une fois le logement refait. Même la ministre Agnès Pannier-Runacher (cf. photo) s'y est penchée aux côtés de Gilles Berhault, secrétaire général de l'association, et de son président, Bernard Saincy.



REPOUSSE

botanic® lance son service de seconde main

C'est au tour de botanic® d'organiser la reprise de produits moyennant un bon d'achat. Ce nouveau service fait ses débuts depuis septembre dans les magasins de Saint-Priest (69) et Heillecourt, près de Nancy (54).

Botanic® emboîte le pas des Leroy Merlin et autres Bricorama, mais avec un mode opératoire en magasin et sans passer par un tiers. «botanic® propose à ses clients de déposer en magasin les typologies de produits suivants: outillage de jardin, mobilier de jardin, accessoires animalerie, décoration intérieure et extérieure.» Comme il s'agit d'un service de seconde main, ces produits doivent être en état de fonctionnement. En contrepartie, un bon d'achat de la va-



leur correspondante au dépôt leur sera remis. Les produits récupérés seront ensuite proposés en magasin dans une alcôve dédiée «à des prix très attractifs». ●

TERMINATOR

Lidl muscle ses outils

Voici une minute d'autodérision d'un Terminator rangé des armes mais pas des outils, puisqu'il est la nouvelle égérie de la marque d'outillage de Lidl.

Il répète: «Vous pouvez le faire!» Arnold Schwarzenegger devient le nouvel ambassadeur de la marque phare d'outillage de Lidl, Parkside. Cette même marque qui fait trembler jusqu'aux rayons des CSB. Terminator ne manque pas d'humour dans cette vidéo d'une minute, avec des tirades qui resteront dans les mémoires comme «les muscles ça fait peur aux

oiseaux!» Mais au-delà des réparties, l'idée de cette publicité est d'inciter les consommateurs à bien s'outiller. Christoph Pohl, directeur des achats internationaux de Lidl International, confie: «Notre développement constant depuis plusieurs années nous a permis de créer Parkside, une marque qui inspire de nombreux clients grâce à ses produits de qualité au meilleur prix, à son immense assortiment et à son design atterrifiant. Nous avons trouvé en Arnold Schwarzenegger une personnalité qui incarne la plupart de ces valeurs [...]. Ce que nous voulons, c'est que chacun croie en ses capacités. Arnold Schwarzenegger est un homme d'action, authentique, déterminé et pragmatique. Nous sommes fiers de l'accueillir dans l'équipe Parkside.» ●

RIBIMEX®
garden & tools

BAT 20

Perche
télescopique
multi-outils

Lithium
Li-ion

www.ribimex.com
Depuis 1971

SONDAGE

Bricoleur ou artisan : une étude au cœur du match !

BigMat et OpinionWay se sont demandé quand les Français allaient seuls sur un projet ou le confiaient à un artisan. Une étude très instructive où la crise joue un rôle déterminant.

Quand on est une enseigne de négoce de matériaux, il est bon de comprendre pourquoi tout le monde ne sollicite pas des pros pour ses travaux. C'est un peu la question posée par OpinionWay pour le compte de BigMat auprès de 1019 personnes, échantillon représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus et constitué selon la méthode des quotas. La question n'est pas aussi directe, mais on apprend que 40 % des Français se déclarent passionnés par le bricolage (44 %). Et parmi leurs motivations, il y a la fierté du travail réalisé. Le « c'est moi qui l'ai fait ! » est une motivation partagée par 49 % des hommes et 39 % des femmes. L'étude note toutefois que « 68 % des hommes constatent que c'est surtout un



rôle qui leur revient au quotidien, contre 38 % des femmes ».

Le bricolage plus pour économiser

Si 52 % des Français préfèrent faire appel à des spécialistes, et cela quelle que soit la nature des travaux à entreprendre, ils sont bien moins nombreux dans les tranches d'âge plus jeunes : 55 % des 25-34 ans bricolent eux-mêmes (53 % des 18-24 ans). Par goût peut-être, par souci d'économie sans doute. Un souci qui est de toute façon la première motivation de bricolage de tous les Français puisque cet argument

réunit 71 % des personnes interrogées. À titre de comparaison, l'argument du goût des activités manuelles comme motivation de bricolage ne concerne que 56 % des personnes ayant répondu. Faire soi-même pour économiser, mais avec toujours la crainte de ne pas maîtriser les coûts des travaux en période d'inflation et de pénurie de matériaux. Une préoccupation pour les trois quarts des bricoleurs.

La déco, c'est « DIY »... pas la charpente

Maintenant, qu'est-ce qu'un bricoleur ? Dans quels domaines

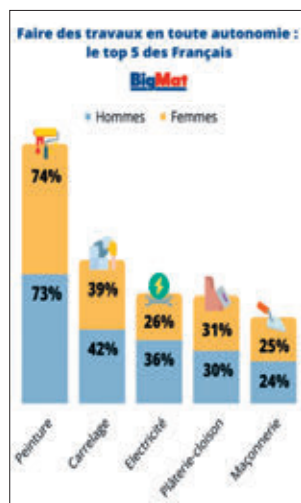
les Français se sentent-ils autonomes, sachant qu'en général deux sur trois se sentent « capables » pour la plupart des petits travaux du quotidien (66 %), dont 69 % des hommes et 62 % des femmes. En réalité, pour la peinture, les trois quarts y vont de bon cœur. Mais plus le projet est technique, plus on perd nos bricoleurs. La moitié a disparu pour se lancer dans le carrelage et les deux tiers pour la cloison. Trois quarts des Français plébiscitent le recours à un artisan pour les travaux de charpente (90 %), de couverture (88 %), de chauffage (83 %), de menuiserie

(76 %) ou de maçonnerie (74 %). Attention : même si l'autonomie des Français est faible pour ces travaux lourds, la partie n'est pas pour autant gagnée pour les professionnels. Leur manque de disponibilité dans la réalisation de travaux (40 %), des devis trop élevés (52 %) et l'envolée du coût des matériaux (42 %) sont les arguments qui poussent les Français à renoncer aux artisans.

89% des Français « gardent » leur artisan

Dernier enseignement intéressant de cette étude commanditée par BigMat : « À l'instar des médecins de famille qui nous suivent dans la durée, lorsqu'on trouve un bon artisan, on le garde pour 89 % des Français... et on n'hésite pas à partager son heureuse découverte : la recommandation d'un proche est le premier critère dans le choix d'un professionnel (53 %). »

Rappelons que BigMat est une enseigne de distribution de matériaux et produits pour la rénovation et la construction du bâtiment, avec 904 points de vente dans sept pays européens, dont 307 en France, pour un CA hexagonal de 1,3 Md€ HT sur l'exercice 2022. ●



MARCHÉ

La construction neuve fait grise mine

La construction de logements neufs n'est pas en forme. En juillet 2023, les autorisations se sont établies à 32 400 (+2 % par rapport à juin), mais ce gain ne compense pas la situation : le nombre de logements autorisés se situe à -16 % par rapport à sa moyenne des douze mois précédant le premier confinement de 2020. Entre août 2022 et juillet 2023, moins de 400 000 logements ont été autorisés à construire (-22,8 %), créant un déficit de plus de 117 000 unités par rapport à la même période sur 2021-2022.



BRICOLAGE

Samse : grosse perf' en bricolage

Faire 5,1 % de progression dans le brico en trois mois, c'est une prouesse ! C'est pourtant ce qu'a réussi le groupe Samse avec L'Entrepôt du Bricolage. Tout compris, le groupe régional réalise des ventes proches du milliard d'euros sur le premier semestre, en hausse de

1,5 %. Si le bricolage tient bon, le négoce a commencé à décrocher au deuxième trimestre, avec



un repli de 4,4 % (à 419 M€) vs le T2 2022 – une branche qui a pesé 79 % du CA du distributeur l'an dernier. En revanche, « l'activité Bricolage [à +4,4 % au T1 2023] reste sur une tendance bien orientée avec donc une progression de son chiffre d'affaires de 5,1 % ». ●

Vite!

ACQUISITION

Inédis reprend Cap Jardin et passe à 610 magasins

Inédis annonce la reprise de Cap Jardin, de François Guillermin, et servira son réseau de 110 magasins indépendants. Dominique Sourdaïne, président d'Inédis, explique pourquoi Cap Jardin sera pérennisé et quelle sera sa mission. Le groupe, qui possède aussi France Rurale, Les Compagnons des Saisons ou Territoires Nature, sert désormais 610 magasins.



Dominique Sourdaïne,
président d'Inédis.

« Cap Jardin, c'est un beau nom pour fédérer des indépendants. » Dominique Sourdaïne, président d'Inédis, ne cache pas sa grande joie d'avoir signé avec François Guillermin, dont il salue d'ailleurs le travail et celui de Cap Jardin qui restera en place sous ce nom. L'enseigne regroupe 110 jardinerie indépendantes dans toute la France, une en Belgique et une demi-douzaine dans les DOM-COM. Ce réseau s'ajoute aux 385 jardinerie/Lisas et/ou animaleries fédérées par Inédis. Certaines sous le nom de France Rurale, d'autres en tant que Les Compagnons des Saisons... sans oublier les sans enseigne. Mais le groupe Inédis, c'est aussi Territoire Nature avec des points de vente consacrés à la chasse ou à la pêche, au nombre de 230. Ainsi, la planète Inédis regroupe désormais 610 points de vente.

Cap Jardin dédié aux indépendants

Cap Jardin deviendra donc le pôle des indépendants. « On ne veut rien casser, mais au contraire

profiter des qualités de cette marque qui a su rassembler des jardinerie. » En clair, c'est ce drapeau qui aura demain la mission d'attirer les magasins indépendants dans la famille Inédis. Des magasins qui pourront dans un second temps basculer chez Les Compagnons des Saisons ou France Rurale. Ce qui changera, bien sûr, c'est la massification des référencements.

Puissance d'achats accrue

Inédis Réféncia, avec à sa tête son directeur des achats, Stéphane Leclerc, se chargera des achats, et l'équipe de communication d'Inédis aidera les adhérents Cap Jardin. Tous les membres de Cap Jardin auront aussi accès à la plateforme végétale d'Inédis qui est devenu un argument très séduisant pour toutes les jardinerie. Au final, « sans trop de bruit », pour reprendre l'expression favorite de Vincent Tournier et de Dominique Sourdaïne, Inédis est devenu un acteur majeur de la jardinerie en France. ●



F1 DISTRIBUTION
POWERED BY ARROWHEAD®

**DÉCOUVREZ NOTRE CATALOGUE
D'AVANT-SAISON BOIS**

F1DISTRIBUTION.COM

2023
DU 4 SEPTEMBRE
AU 31 OCTOBRE
LES 60 JOURS !

WAKES

AFFÛTAGE · GUIDES ET CHÂÎNES
CORDES · BOUGIES · LAMES ET KITS
PROTECTION · PIÈCES TECHNIQUES
LUBRIFIANTS ET CARBURANTS
LANCEURS · TRONÇONNAGE

WWW.F1DISTRIBUTION.COM

OZKI
CHAÎNE POUR
TRONÇONNEUSE
CD42X2
10" 254mm
140" 355mm
3/8" LP

FOREST

X2

CLIMAX



30 JOURS dans vos REGIONS

Votre entreprise innove, déménage, propose un nouveau service. Parlez-nous de vous !

contact-habitat @zepros.fr



85 | LA ROCHE-SUR-YON

Les claustras maudites !

Le Journal du Pays Yonnais s'est fait l'écho d'une affaire qui passait devant le tribunal le 11 septembre dernier, opposant une jardinerie à une employée intérimaire, sérieusement blessée sur son lieu de travail – elle a eu une incapacité de travail de trois mois – par la chute de 200 kg de claustras, en avril 2021. Le repré-

sentant de l'entreprise est jugé pour blessures involontaires par violation d'une obligation de sécurité ou de prudence dans le cadre du travail. L'accident est survenu alors que l'intérimaire avait commencé à déballer des palettes de claustras. Le collègue qui devait l'aider dans sa tâche était alors occupé avec un client. La procu-

reure de la République a requis une amende de 5000 €. L'avocat de l'entreprise met en avant le fait que le poste occupé par l'intérimaire n'était pas dangereux et que la formation demandée a été donnée. Le jugement devrait être rendu le 9 octobre prochain. En avril dernier, dans un Leroy Merlin près de La Rochelle, 300 kg



de claustras étaient tombés, blessant grièvement une cliente de 57 ans, sans doute car son

mari avait retiré la carrière de sécurité et enlevé les sangles. ● (source : France 3 Régions).



GRAND OUEST

MR.BRICOLAGE
14 | TROARN

Vu dans la presse locale : l'enseigne ouvre un nouveau magasin en Normandie. Le responsable, Maximilien Roeland, a travaillé dans le secteur du bricolage durant vingt ans avant de s'engager dans cette nouvelle aventure. Le nouveau point de vente dispose de 1034 m² de surface de vente.

BRICOMARCHÉ
14 | DOUVRES-LA-DÉLIVRANDE
La CDAC qui s'est réunie le 6 juillet a autorisé le projet de création d'un magasin de 5449 m² ainsi que de son drive de trois pistes de 41,50 m².

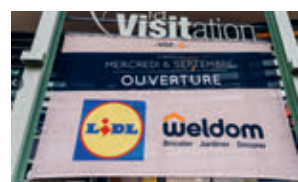
MAISON E.LECLERC
18 | SAINT-AMAND-MONTROND
La CDAC du 29 juin a rendu un avis favorable concernant l'extension d'un ensemble commercial par la création d'un magasin Maison E.Leclerc, sur la ZAC de l'Henriette, pour une surface de vente de 1500 m².

POINT VERT
22 | LE FŒIL
La CDAC du 13 juillet a donné son accord pour l'extension d'une jar-

dinerie Point Vert. Le projet prévoit d'augmenter la surface de vente de 551,09 m².

WELDOM
35 | RENNES

Lu dans la presse locale : depuis le 6 septembre, un magasin de bricolage Weldom, d'une superficie de 850 m², a pris place dans le sous-sol du centre commercial de la Visitation, qui se trouve en plein cœur de Rennes. C'est le premier magasin de bricolage à ouvrir dans le centre-ville.



CENTRE COMMERCIAL
41 | VILLEBAROU
La CDAC du 27 juillet a donné son accord pour la création d'une cour à matériaux au sein du centre commercial Blois II. Celle-ci sera accessible au public pour la vente de gros matériaux.

BRICOMARCHÉ
44 | CHÂTEAUBRIANT
La CDAC du 11 juillet a autorisé l'extension du magasin de bricolage Bricomarché.

BOTANIC®
85 | LES SABLES-D'OLONNE
Un nouveau magasin de l'enseigne botanic® s'apprête à ouvrir ses portes à la ZAC du Puits Rochais, dans les anciens locaux de la jardinerie Desjardins. Il dis-

posera d'une surface de vente de 4000 m².



IDF - NORD

WILDER
59 | SAINT-ANDRÉ-LEZ-LILLE

C'est un magasin peu commun qui a récemment ouvert ses portes à Saint-André-lez-Lille. Son nom : Wilder. Cette jardinerie, qui fait aussi bar à plantes, restaurant ou encore boutique pour animaux, est la petite sœur de la Wilderie installée dans le Vieux-Lille. En plus du petit-déjeuner ou des menus qu'elle propose et des deux terrasses qu'elle offre à ses clients, la Wild regorge de plantes : pas moins de 7000 !

JARDINERIE DELBARD
62 | LENS
Le début de journée aura été plus que mouvementée en ce vendredi 15 septembre. Vers 6h10 du matin, un cambrioleur s'est introduit dans la jardinerie Delbard d'Ath, en Belgique, à la recherche d'argent. Mais il est reparti très peu de temps après, bredouille, après avoir déclenché l'alarme du magasin. Dans sa fuite, l'homme a agressé une mère et son fils qu'il a rencontrés sur son chemin pour leur voler leur voiture. Parti à

toute vitesse, il a terminé sa course dans la façade d'une maison à Lens, dans le Pas-de-Calais. Bien qu'il ait à nouveau pris la fuite, l'auteur des faits a finalement été interpellé.

TOM&CO
62 | LENS

C'est le 73e magasin de l'enseigne qui vient d'ouvrir ses portes, sur une surface de 375 m².

LES FERMES DE GALLY
78 | SAINT-CYR-L'ÉCOLE



L'une des plus grandes jardineries de France ne cesse d'innover... On peut lire dans *Le Parisien* que cette institution, qui conjugue jardinerie et cueillette en libre-service, vient d'ouvrir une crêperie ! Celle-ci a pris place entre la jardinerie et la boutique alimentaire, qui dépend elle-même des Fermes de Gally.

CENTRAKOR
91 | BRÉTIGNY-SUR-ORGE
La CDAC réunie le 29 août a donné son accord pour un projet d'extension d'un ensemble commercial par la création d'un magasin Centrakor d'une superficie de 1652 m².



SUD-OUEST

BRICO E.LECLERC
17 | SAINT-PIERRE-D'OLÉRON

Le projet prévoyant la création d'un ensemble commercial par création d'un magasin à l'enseigne Brico E.Leclerc a reçu l'accord de la CDAC du 27 juillet. Le magasin bénéficiera d'une surface de vente de 2990 m², ce qui portera la surface de vente totale de l'ensemble commercial à 3348 m².

JARDINERIES KIRIEL
19 | LAGUENNE / ESPARTIGNAC



Le réseau de jardinerie Kiriel poursuit son développement avec l'ouverture de quatre nouveaux établissements, comme l'annonce le réseau dans un communiqué de presse, dont deux en Corrèze : les magasins de Laguenne et Espartignac (photo), devenus Kiriel après que l'entreprise Agricentre Dumas ait décidé de changer d'enseigne. Aujourd'hui, le réseau

Edouard Rousseau
DEPUIS 1934

EKOGEST

LA DOUCHETTE INTELLIGENTE



*Affichage de
la température*

*Lecture instantanée
de la consommation
et alerte lumineuse*



JE CONSTATE

JE RÉAGIS

JE MAÎTRISE



25L



50L



L'eau est précieuse, préservons-la !

www.edouard-rousseau.fr

compte 90 magasins franchisés indépendants. Le magasin de Laguenne comprend une surface intérieure de 300 m² et extérieure de 50 m². Celui d'Espartignac s'étend quant à lui sur 700 m² en intérieur et 500 m² en extérieur.

GAMM VERT**47 | CASTILLONNÈS**

La CDAC du 18 juillet a donné son accord pour l'extension du magasin Gamm vert, avec régularisation de la surface existante de 346 m². La surface de vente est ainsi portée à 1819 m².

SBM AGRIPARTAGE**86 | QUEAUX**

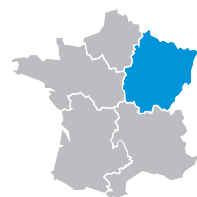
Début 2023 deux jeunes entrepreneurs – Benjamin Maillochaud et Sébastien Bégon – ont lancé SBM Agripartage, spécialisée dans le négoce agricole, tout en développant en parallèle un libre-service agricole sur 200 m², celui-ci faisant partie du réseau Kiriël. Leur magasin est axé sur l'univers du jardin, de l'alimentation animale et de l'élevage.

**SUD-EST****LEROY MERLIN****06 | NICE**

Une autorisation a été accordée, par la CDAC du 26 juillet pour la construction d'un drive déporté pour l'enseigne Leroy Merlin. Ce drive de 36 emplacements, destiné aux retraits des marchandises, aura une emprise au sol de 2530 m².

BRICOMARCHÉ**06 | LE CENDRE**

La CDAC réunie le 23 août, a validé l'extension de 1560 m² du magasin Bricomarché, ce dernier passant de 4 300 m² de surface de vente à 5 860 m².

**GRAND EST****BOTANIC®****21 | QUETIGNY**

La jardinerie, qui occupe les lieux depuis 25 ans, s'agrandit. Elle a profité de la fermeture du commerce Doreva, situé juste à côté d'elle, pour installer son animalerie sur une surface de 450 m², dans les locaux laissés vacants.

GAMM VERT**21 | NUITS-SAINT-GEORGES**

La CDAC du 27 juin a donné son autorisation pour un projet d'extension d'un ensemble commercial touchant plusieurs magasins. Parmi ceux-ci, l'agrandissement du magasin Gamm vert de 323 m² – 102 m² en intérieur et 221 m² en extérieur –, ce qui portera sa surface de vente totale à 2 432 m².

KIRIEL

Le réseau Kiriël a ouvert un nouveau magasin de 300 m² dans la Marne, sous l'impulsion de l'entreprise Armbruster. Son offre principale se concentre autour des rayons jardin, alimentation animale et vêtements chauds.

JARDI. E.LECLERC**57 | FAMECK**

L'extension de 776 m² de la jardinerie située dans la ZAC de la Feltière a été acceptée par la CDAC du 19 juillet. Cette extension portera la surface de vente totale du magasin à 4 776 m².

TRÈFLE VERT**68 | WITTENHEIM**

Lors de sa réunion du 20 juillet, la CDAC a donné son accord pour la création d'une jardinerie rurale de l'enseigne Trèfle Vert d'une surface de vente de 2 177 m².

BOTANIC®**71 | MÂCON**

Après 28 ans de présence au sud de Mâcon, la jardinerie botanic® est en train de se refaire une beauté. Des travaux ont débuté en juin dernier pour gagner 500 m² de surface commerciale, peut-

on lire dans le *Journal de Saône-et-Loire*. Cette transformation d'envergure devrait être terminée pour le printemps 2024.

MAGASIN VERT**88 | GÉRARDMER**

L'ancien magasin Point Vert, situé boulevard de la Jamagne, est devenu Magasin Vert et a ouvert ses portes le 15 septembre dans des bâtiments flambant neufs, au toit végétalisé, offrant une surface de vente de 1300 m². Les lieux déclinent un espace dédié au jardin et au végétal, mais également un univers animalerie et une partie « maison et jardin ». Le projet de ce nouveau magasin, qui a nécessité un investissement de 2 M€, a été porté par la coopérative Terre d'Horizon qui avait racheté le magasin.

BRICORAMA**88 | JEUXEY**

Le magasin Bricorama, situé au lieu-dit Salet, a obtenu l'autorisation, par la CDAC du 17 août, de bénéficier d'une extension de 340 m², portant la surface de vente totale à 5 299 m².

**DROM - COM****MR.BRICOLAGE****97 | LA RÉUNION**

La cour d'appel a confirmé l'obligation pour les commerces alimentaires et non-alimentaires de fermer le dimanche à 12h00, nous apprend la presse locale. Une décision que vont donc devoir appliquer les magasins Mr.Bricolage de La Réunion. Il y a quatre ans, en 2019, le tribunal de grande instance avait déjà demandé la fermeture dominicale de ces magasins. Décision que vient donc entériner la cour d'appel, pour la plus grande satisfaction du syndicat CGTR Commerces et Services qui avait saisi la justice en 2017 pour « faire respecter les horaires légaux et le temps de repos des salariés ».

**59 | LILLE**

Tikamoon ouvre ses portes

Le spécialiste du mobilier durable a ouvert ses portes le 12 septembre rue Esquemoise, dans le Vieux-Lille. L'enseigne, qui a déjà une boutique à Paris (Place des Victoires dans le 1^{er} arrondissement), installe sa deuxième boutique dans sa ville d'origine. Pour rappel, en 2021, les dirigeants de Tikamoon, Arnaud Vanpoperinghe et Thibault Deslorieux, ont pris le contrôle, avec le soutien d'ERES, de 100 % du groupe Tikamoon en rachetant à Adeo la majorité du capital que le groupe détenait



dans la société. En effet, en 2015, Adeo a fait l'acquisition de la start-up de vente de mobilier créée en 2008. Sous son giron, elle a atteint 150 collaborateurs et 56 M€ de CA en 2020. ●

S. O.

Agenda

Vous préparez un événement, un salon, un congrès, un concours, une journée « partenaires »... et vous souhaitez le faire savoir ? Prévenez-nous !

contact-habitat@zepros.fr

LIEUX**DATES****RENDEZ-VOUS**

Vos salons et événements régionaux

29 Brest	6 au 9 octobre	La 38 ^e édition du salon Living Habitat et Immobilier accueillera les professionnels de la construction, de la rénovation, de la décoration et de l'aménagement à Brest Expo – Parc de Penfeld.
29 Quimper	14 au 16 octobre	Le salon Living Habitat et Immobilier rassemblera les professionnels du secteur au Parc des Expositions Quimper Cornouaille.
59 Lille	4 au 12 novembre	Le salon Amenago, dédié à l'habitat et à l'art de vivre, ouvrira ses portes à Lille Grand Palais.
44 Nantes	10 au 12 novembre	Habitat Déco Nantes accueillera ses visiteurs au Parc des Expositions de Nantes pour sa 30 ^e édition.
56 Lorient	16 au 18 février 2024	Living Habitat et Immobilier ouvrira ses portes au Parc des Expos du Pays de Lorient.
59 Lille	10 au 12 avril	Norbat ouvrira ses portes à Lille Grand Palais.



Pattex

INNOVATION 2023

FLEXTEC

MASTIC COLLE TOUT EN 1

LA NOUVELLE TECHNOLOGIE POUR REMPLACER LE POLYURÉTHANE !



BLANC

GRIS

NOIR



**Haute élasticité /
anti-déformation**



**Adhère même sur
supports humides**



**Haute résistance
aux intempéries**



**S'extrude même
en temps froid**

FOCUS

BRICO

La véritable influence du "Made in France"

Voici une étude* sur le "Made in France" et le brico, secteur par secteur. Commandée par Rothelec, elle compare aussi l'influence auprès des Français des labels Origine France Garantie (OFG) et "Made in France". Les résultats ont fait réagir OFG qui ressort ses propres chiffres. Et nous? Nous en profitons pour vous présenter notre carte des produits brico tricolores.

Fabriqué en France", "Made in France"... Des appellations qui nécessitent que le produit ait subi sa dernière transformation substantielle en France. Il y a mieux: Origine France Garantie, label par-

tagé aujourd'hui par 700 entreprises et plus de 2500 produits. Selon l'Ifop, 86% des Français connaissent cette certification, soit 30% de plus qu'il y a quatre ans. Un chiffre encourageant, sauf que Buzzpress (sollicité par

la société Rothelec) a sondé aussi les Français sur leur sensibilité aux labels tricolores... et obtenu des résultats plus nuancés. Le label Origine France Garantie est peut-être connu, mais sous-estimé par les Français par rap-

port au "Made in France"; pourtant moins regardant! Certes, ils sont 53 % à penser que le "Made in France" ne garantit pas que c'est Français à 100 %, contre 47 % pour l'OFG, mais pour autant ils font globalement plus

confiance au "Made in France". ●

* Méthodologie: enquête réalisée auprès de 6225 personnes représentatives de la population nationale française âgée de 18 ans et plus. Sondage effectué en ligne à partir du panel de répondants Buzzpress (27000 personnes dans l'Hexagone).



Ces résultats sont-ils une déception pour ce label si qualitatif qu'est l'Origine France Garantie? Forcément un peu... même si on peut voir la bouteille à moitié pleine. L'OFG partait quasi de zéro, alors que le "Made in France" est dans le langage courant. Avec un tel handicap, cette place de second est bien naturelle et pas si surprenante. Éric Anes, président de Rothelec, conclut: « Les Français ne connaissent absolument pas les différences entre des produits "Made in France" et Origine France Garantie [...]. Il est primordial de mieux les informer sur les atouts et surtout sur les différences de chaque appellation. »

Selon vous, les mentions « Made in France » ou « Origine France Garantie » sont synonymes de :		
Réponses	« Origine France Garantie »	« Made in France »
Qualité	54 %	72 %
Longévité	55 %	63 %
Performances	41 %	57 %
Ecologique	42 %	44 %
Prix bas	39 %	36 %

Dans le tableau Qualité Longévité Performance, le "Made in France" supplante l'Origine France Garantie de 10 à 20 points. "Made in France" est synonyme de qualité pour 72 % des personnes interrogées, contre 54 % pour l'Origine France Garantie. Par ailleurs, 63 % des Français sont prêts à payer plus cher pour un produit "Made in France" et 51 % pour un produit Origine France Garantie.

Par ordre d'importance, que regardez-vous avant d'acheter un produit ?		
Classement	Réponses	Pourcentages
N°1	Le prix	79 %
N°2	Le design	71 %
N°3	Les qualités du produit	70 %
N°4	L'appellation « Made in France »	63 %
N°5	Les éléments de fabrication	62 %
N°6	Le label « Origine France Garantie »	57 %

D'une certaine manière, les Français comprennent que l'OFG certifie l'origine plus pleinement, mais l'expression "Made in France" est trop puissante sur tous les autres critères. Naturellement et sans communication, le "Made in France" rassure. D'ailleurs, dans les critères d'achat importants pour les consommateurs, le prix arrive en tête à 79 %, le "Made in France" en quatrième position à 63 % et le label Origine France Garantie en sixième position à 57 %.

Quels sont les 3 postes dans votre maison, où vous choisissez en priorité des produits « Made in France » ou « Origine France Garantie » ?		
Réponses	« Origine France Garantie »	« Made in France »
La décoration (peinture, papier peint, etc.)	41 %	53 %
Les revêtements, murs et sols, etc.	27 %	33 %
Le système de chauffage (radiateur, poêle, etc.)	25 %	31 %
Les matériaux de construction (murs, toiture, etc.)	22 %	30 %
Aucun	19 %	30 %
L'ameublement (fauteuils, literie, etc.)	17 %	28 %
La plomberie, les sanitaires, etc.	11 %	15 %
L'éclairage, l'électricité, etc.	9 %	10 %

Là où l'étude devient carrément passionnante, c'est quand elle compare les deux labels dans les achats de produits qui ont trait à la rénovation de la maison. Là encore, le "Made in France" supplante l'Origine France Garantie, mais le plus intéressant reste le classement: la déco est le secteur le plus sensible à la fabrication tricolore, suivi des revêtements de sol (que l'on peut aussi intégrer dans la déco) et le chauffage. En revanche, plomberie et électricité sont bien moins cocorico-sensibles...

47 %

des sondés estiment que la certification Origine France Garantie est le plus exigeant des labels

Source: Ifop

INTERVIEW

GILLES ATTAF, PRÉSIDENT D'ORIGINE FRANCE GARANTIE

« L'origine française fait vendre, mais il ne faut pas tricher ! »

Le président du label Origine France Garantie défend le sérieux de l'OFG et annonce se battre contre l'utilisation galvaudée du drapeau tricolore.

L'un des membres d'OFG a commandé une étude montrant un retard de notoriété d'OFG comparé au "Made in France", alors que votre label est plus restrictif et sérieux.

Comment réagissez-vous à ce pavé dans la mare ?

Gilles Attaf : Cette étude nous a un peu agacés, surtout qu'elle émane de l'un de nos adhérents. Je pense que ce sondage n'est pas bien fait et il y a des erreurs d'interprétation.

Pour autant, il y a un déficit de notoriété...

G. A. : C'est normal, nous n'avons que dix ans et notre sondage Ifop démontre en réponse à cela que 86 % des Français connaissent le label OFG. C'est 30 % de plus qu'il y a quatre ans !

Oui, mais assez logiquement les Français connaissent le nom générique "Made in France" et votent naturellement pour le MIF !

Que pouvez-vous faire contre cela ?

G. A. : D'abord, je voudrais dire que l'Origine France Garantie fait vendre et que c'est une bonne chose. Mais il ne faut pas tricher. Nous essayons de porter une cause à la fois citoyenne, sociale et environnementale. C'est bien parce que le "Made in France" ne garantit pas la fabrication française que nous existons. Le jour où le MIF certifiera la fabrication en France, nous pourrions disparaître car on aura gagné.

Quelles sont vos actions pour permettre aux Français d'y voir clair ?

G. A. : Nous poussons actuellement à interdire l'utilisation du



drapeau français sur les produits, comme en Suisse. À terme, il faudrait aussi empêcher d'utiliser les trois couleurs à tout-va sans garantie. Nous aidons des députés à construire un projet de loi.

Vous parlez d'enjeu social et environnemental, mais l'OFG n'est pas une garantie de respect des normes environnementales...

G. A. : Il l'est dans la mesure où fabriquer en France impose déjà une industrie plus verte que ce qui se passe loin de nos frontières. De plus, la réindustrialisation de la France sera forcément décarbonée avec le projet de loi Industrie Verte.

Pour conclure, en réponse au reproche de déficit de notoriété d'OFG, que pouvez-vous annoncer ?

G. A. : Nous travaillons bien sûr le sujet de la communication, mais nous vivons un paradoxe : plus nous avons d'entreprises certifiées, plus nous sommes connus car elles poussent le label. Mais en même temps, notre label étant très exigeant, nous prenons plus de temps à accueillir des certifiés. Et puis tout dépend des certifiés... Quand une marque comme Moovit, dans des domaines très populaires comme la téléphonie, est labellisée OFG, cela participe à augmenter notre notoriété. D'autres bonnes nouvelles arrivent, avec de grandes entreprises qui mettront en avant des cornes Origine France Garantie. Mais il est trop tôt pour en parler... ●



Améliorez l'isolation acoustique de votre habitat

Génés par les bruits de voisinage ou de circulation ? Retrouvez la tranquillité avec l'isolant Simfofit.

- Bonne tenue mécanique
- Facile à installer sur les murs intérieurs avec la colle Recticel (recouvrir d'un BA13)
- Bonne isolation thermique



Simfofit®

Panneau d'isolation acoustique murs intérieurs - mousse recyclée

Idéal rénovation

9 dB ΔRw
-87%
de bruit*



Réaménagement ou construction
8 dB ΔRw
-84%
de bruit*



Créez de nouveaux espaces isolés du bruit

Votre vie évolue. Pas envie de déménager ? Concevez une chambre ou un espace de travail avec une cloison munie de l'isolant phonique Simfocor.

- Léger, souple, bonne tenue
- Se glisse simplement au cœur de la nouvelle cloison
- Compatible avec rails métalliques standard



Simfocor®

Panneau d'isolation acoustique spécial cloisons - mousse recyclée



FABRIQUÉ EN FRANCE

Accédez à nos solutions
www.recticelinsulation.fr

FEEL
GOOD
INSIDE

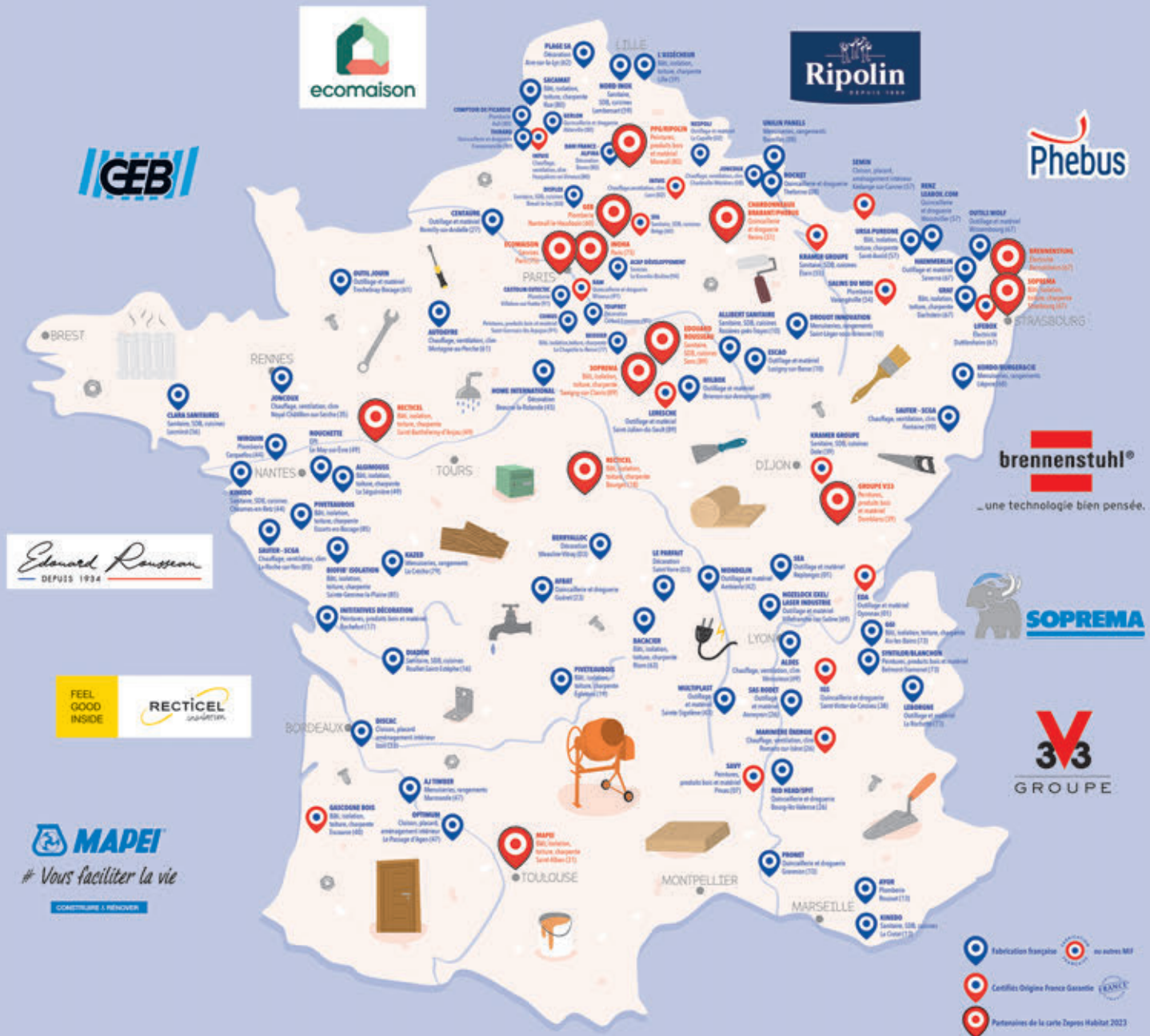
RECTICEL
insulation

*Réduction de l'intensité sonore des bruits aériens mesurée en laboratoire.

LA CARTE DU BRICOLAGE

MADE IN FRANCE 

~ ÉDITION 2023 ~



LE BRICO MADE IN FRANCE, PAR FAMILLE DE PRODUITS :

BÂTI, ISOLATION, TOITURE, CHARPENTE ALGIMOUSS (La Ségroisère (49)) BACACIER (Rouen (32)) BESEKER (Le Capelle la Borne (71)) BIGNIF ISOLATION (Sainte Geneviève la Plaine (92)) GASCOGNE BOIS (Toulouse (31)) GAO (Les Bains (22)) GRAP (Sachy (45)) EXSICHOUR (Lille (59)) MAPEI FRANCE (Saint-Alban (74)) (1 ^{er} partenaire en France) PIVETAUDOIS (Sourdisse (36)) (Egmont (19))	RECTICEL (Boulogne (18)) (Saint-Basle-le-Grand (48)) SACAMAT FRANCE (Lyon (69)) SOPREMA (Strasbourg (67)) (Sourdisse (36)) URSA POREX (Lyon (69)) CHAUFFAGE, VENTILATION, CLIM ALDES (Marseille (13)) AUTOPRE (Montargis-sur-Loire (45)) INTUIS (Lyon (69)) (Marseille (13)) JOACOUX (Saint-Clément-sur-Saône (21)) (Châtillon-Ménétrot (58))	MARINIÈRE ÉNERGIE (Rennes-sur-Loire (48)) SAUTER - SCOA (La Roche-sur-Forêt (25)) (Roubaix (59)) CLOISON, PLACARD, AMÉNAGEMENT INTERIEUR RISCAC (Lyon (69)) OPTIMUM SAS (Le Plessis d'Argy (47)) SEMIN (Maligny-sur-Canoe (57)) DÉCORATION (INT. ET EXT., REVÊTEMENTS, VOILAGE, LUMINAIRE, ETC.) BERRILLAC (Marseille (13)) JOACOUX (Saint-Clément-sur-Saône (21)) (Châtillon-Ménétrot (58))	HOMME INTERNATIONAL (Beaucourt-la-Roberte (42)) LE PARBRIT (Saint-Nicolas (23)) PLAGE SA (Wan-sur-Loire (42)) TOUPRET (Cortot (52)) ÉLECTRICITÉ BRENNENSTUHL (Munich (89)) LIFEBLOCK WISM (Darmstadt (61)) EPI BOUCHETTE (Le Mans (72)) MENUSIERS, RANGEMENTS AL TIMMER (Munich (89))	BURGERGACIE (Lyon (69)) BRIGOT INNOVATION (Saint-Louis (44)) KAZED (Lyon (69)) KORDO (Lyon (69)) UNILIN PANELS (Boulogne (18)) Outils et matériel CENTRAIR (Boulogne (18)) EDA (Lyon (69)) ESCAO (Lyon (69)) HAEMMERLIN SAS (Lyon (69)) HOZELCK EXEL / LASER INDUSTRIE (Witten (46))	LEBORGNE (La Rochelle (17)) LERESCHE (Saint-Jean-du-Sault (48)) MILBOX (Lyon (69)) MONDOLIN (Lyon (69)) MULTIPLAST (Lyon (69)) NEPOUL FRANCE (Lyon (69)) OUTIL AJOVIN (Lyon (69)) OUTILS WOLF (Lyon (69)) SAS ROOFT (Lyon (69)) SEA - SOCIÉTÉ EUROPÉENNE D'ARRASIS (Lyon (69))	PEINTURES, PRODUITS BOIS ET MATÉRIEL COMUS (Saint-Germain-lès-Arques (91)) GRUPE V33 (Lyon (69)) PPG/RIPOLIN (Lyon (69)) SASY (Lyon (69)) INITIATIVES DÉCORATION (Lyon (69)) SYNTILON/BLANCHON (Lyon (69)) PLOMBERIE AYOR (Lyon (69)) CASTOLIN EURECTIC FRANCE (Lyon (69))	COMPLOIR DE PICARDIE (Lyon (69)) GEB (Lyon (69)) SALINS DU MIDI (Lyon (69)) WIRQUIN (Lyon (69)) QUINCAILLERIE ET BROUVERIE (VISSERIE, COLLES, ETC.) AFRAT (Lyon (69)) CHARBONNAGES BRABANT PHIBUS (Lyon (69)) GERLON (Lyon (69)) HS (Lyon (69)) LEADON.COM (Lyon (69))	PROKET (Lyon (69)) RAM CHEVILLES ET FIXATIONS (Lyon (69)) RED HEAD/SPIT (Lyon (69)) ROCKET (Lyon (69)) THORARD (Lyon (69)) SANITAIRE, SDB, CUISINES CLARA SANITAIRES (Lyon (69)) BIADIN (Lyon (69))	DISPLEX FRANCE (Lyon (69)) EDOUARD ROUSSEAU (Lyon (69)) KINEDO (Lyon (69)) NORD INOX (Lyon (69)) KRAMER GROUPE (Lyon (69)) SEA - SANITARY/VIEW, SANICOMPACT ET POMPES DOMESTIQUES (Lyon (69)) SERVICES ACAP DÉVELOPPEMENT (Lyon (69)) ECOMAISSON (Lyon (69))
---	--	---	--	---	---	---	---	--	---

Retrouvez la carte du bricolage made in France sur habitat.zepros.fr

En partenariat avec
inoha
LES INDUSTRIES DU NOUVEAU HABITAT

HABITAT JARDIN **zePROS**
habitat.jardins.fr

Les données de cette carte sont issues de la base de données de l'Inoha. Elles sont susceptibles d'être modifiées sans préavis. Les données de cette carte sont susceptibles d'être modifiées sans préavis. Les données de cette carte sont susceptibles d'être modifiées sans préavis.



Ensemble,
franchissons
un cap !

Industriels du nouvel habitat, vous voulez être mieux informés, plus performants, plus responsables et plus influents ?

Donnez-vous les moyens d'accélérer votre développement
et de multiplier les opportunités business grâce à INOHA
en GSB – Négoce – GSA – Jardinerie – Internet.

Rejoignez les 270 adhérents INOHA !

INOHA est l'association professionnelle des Industriels du Nouvel Habitat, qui fédère depuis 1978, les fabricants de produits manufacturés destinés à l'entretien, au bricolage, à l'aménagement extérieur, au jardinage, à l'amélioration de l'habitat et à la construction résidentielle neuve.

inoha
LES INDUSTRIELS DU NOUVEL HABITAT

Contact : Daniel Briard, Responsable Développement et Relations Adhérents
dbriard@inoha.org - 07 60 01 06 88

INOHA - Les Industriels du Nouvel Habitat - 10, rue de Sèze - 75009 PARIS

inoha.org

Énergie gratuite et abordable (sauf la nuit !), le solaire individuel se révèle une santé. Des chiffres en hausse, qui démontrent la volonté des utilisateurs d'opter pour un système s'affranchissant de toute énergie fossile et électrique P. 34

Chimie énergétique. Les CEE se sont fortement développés. P. 14

METIERS

RÉNO zepros

bati.zepros.fr

BRICOLAGE

Lancement de Zepros Réno

La rénovation énergétique poussée par le gouvernement et soutenue par des primes sera-t-elle la bouée de sauvetage du marché? C'est probable, et tout le monde s'y attelle! Leroy Merlin, Kingfisher en premier. Le groupe Zepros aussi, avec le lancement dans quelques semaines de Zepros Réno pour informer tous les acteurs de ce marché: fournisseurs, distributeurs, qu'ils soient négoces ou GSB... En attendant, une autre bataille se joue: celle des index communs et autres scores pour les produits mis sur le marché en France. À la FMB, toujours pas de communication sur le sujet, mais en attendant, Inoha et les dirigeants RSE des enseignes travaillent ensemble en direct. Sur l'emballage... pour l'instant.

LES CHIFFRES

23

LES NOUVEAUTÉS

24

LE MARCHÉ

25

VISITE USINE

26 & 27

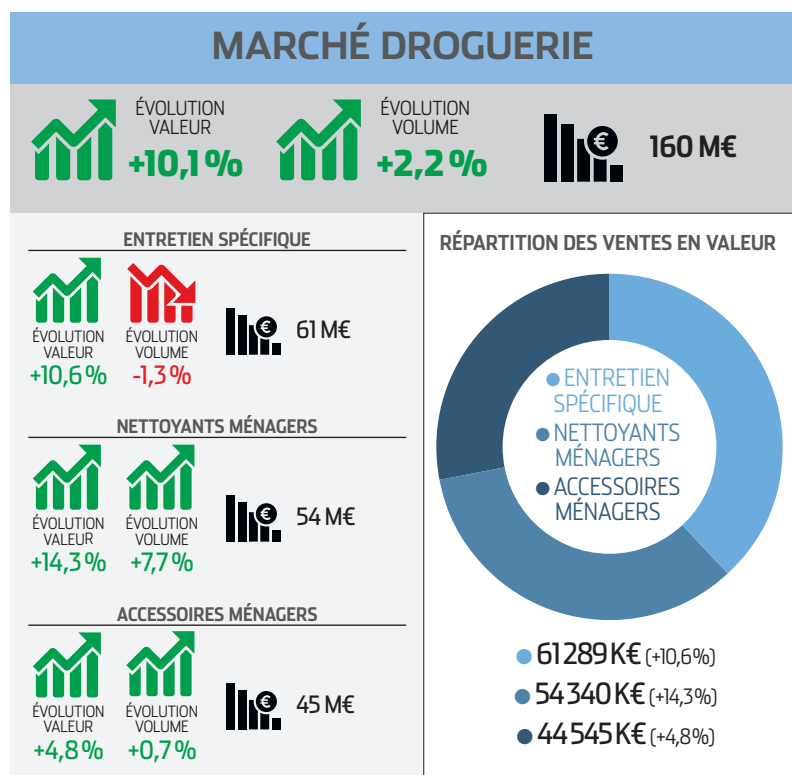
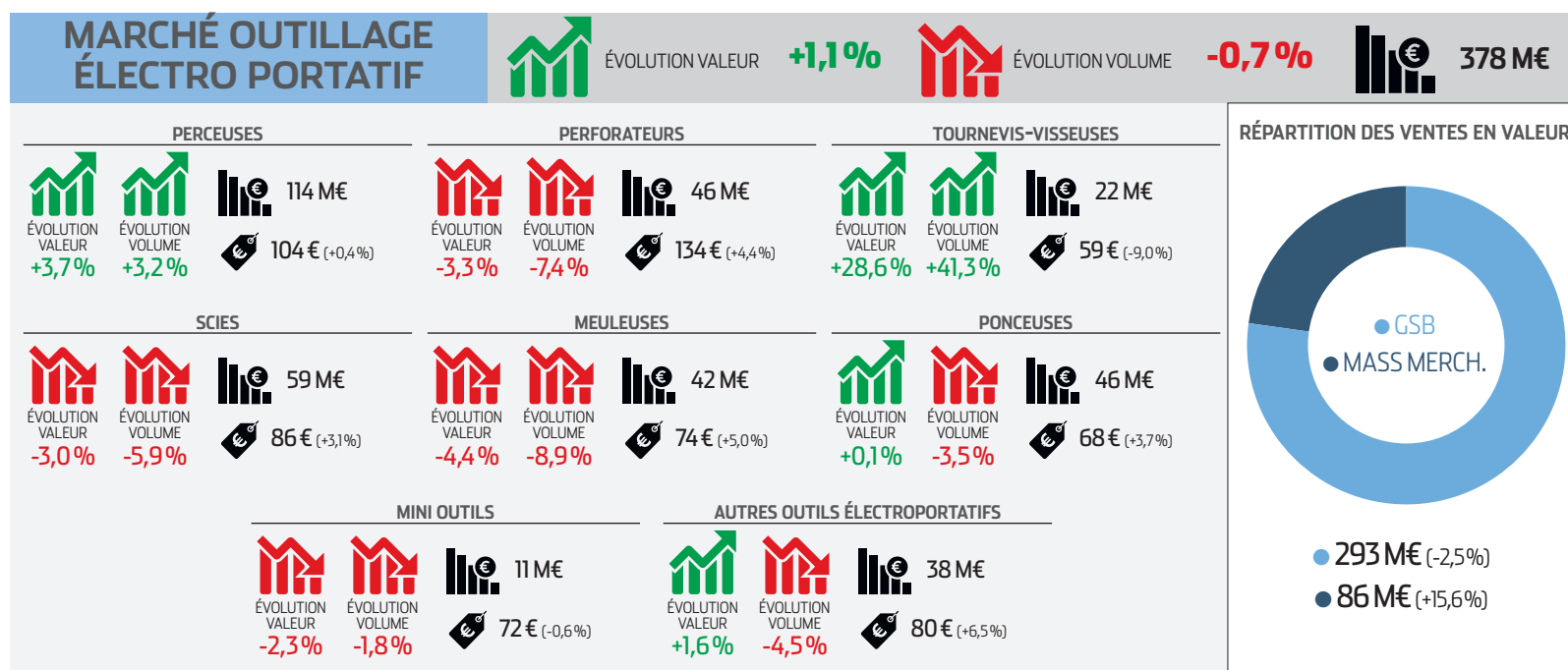


LE MARCHÉ DE AOÛT 2022 À JUILLET 2023

Arbitrages sévères

L'innovation, il n'y a que cela de vrai. Dans les périodes de vaches maigres et d'inflation galopante, il faut de vrais motivations pour faire basculer le consommateur dont le besoin n'a pas changé. Il fait juste des arbitrages plus sévères. Le prix bas peut l'aider, ou l'innovation qui apporte véritablement une valeur ajoutée. Dans le monde de la droguerie, les gammes « naturelles » apportent cette valeur supplémentaire... et on est prêt à mettre le prix pour l'efficacité.

Côté outillage électroportatif, on note un bond spectaculaire des tournevis-visseuses, avec plus de 41% de progression en volume. Le résultat sans doute de quelques opérations promotionnelles car on constate un prix unitaire en baisse de 9%. Chacun en tirera les enseignements nécessaires: la baisse des prix – ou la hausse... – a un impact immédiat sur les volumes de vente. Il n'y a donc pas à tortiller ou à tournevisser... C'est bien l'inflation qui freine le marché. ●



CONTACTEZ...



LA RÉDAC

Pierre Dieuzeide
p.dieuzeide@zepros.fr

LA PUB

Anne Léguillier
a.leguillier@zepros.fr
06 99 43 19 66

LA DIFF

Catherine Paulic
c.paulic@zepros.fr
06 07 70 44 91

GROHE

Un jet de Jedi ou presque



Par simple pression sur un bouton, le robinet de cuisine SmartControl Dual Spray permet de passer facilement d'un jet à l'autre pour plus de confort. Il se distingue par un design épuré sans levier ni poignée et est disponible en deux finitions (Chrome et Supersteel) et trois modèles (Minta cylindrique, Essence aux lignes organiques, Zedra en forme de A). La puissance du jet est réglable par rotation du bouton Smart Control et la température s'ajuste à l'aide de la valve située sur le corps du mitigeur. Deux types de jets sont proposés : un jet laminaire et un jet pluie. Le bec extractible assure un accès optimal à tous les coins de l'évier, tandis que la fixation magnétique garantit une rétractation facile et une fixation sûre de la douchette.

www.grohe.fr

AVIDSEN

Kit solaire Universel

Le Kit Solaire Universel d'Avidsen est compatible avec une large gamme de moteurs de portail disponibles sur le marché, qu'ils fonctionnent en 12V ou en 24V. Il vient donner une autonomie à un portail motorisé en cas de coupure de courant, avec une capacité d'une dizaine d'ouvertures sur sa seule batterie. Il reste facile à greffer à une installation puisqu'il suffit de connecter le coffret du kit à proximité du moteur de portail.

Le Kit d'Alimentation Solaire 12-24V d'Avidsen comprend un coffret avec un chargeur intelligent, deux batteries 12V/7Ah et un panneau solaire de 20 watts. Il sera disponible chez les revendeurs habituels, au prix public conseillé de 249,90 € TTC.


www.avidsen.com

RYOBI

Un panneau qui a du lustre !



Ryobi propose ici un triple panneau sur batterie (ou secteur) avec 48 LED haute intensité qui assurent une grande portée d'éclairage allant jusqu'à 10 m avec 3 niveaux de puissance : 800, 1500 et 3 000 Lumens (quasi plein jour). Les panneaux sont orientables pour s'adapter à toutes les situations. Il est transportable, peut se fixer. Équipé d'une batterie 5,0 Ah, il peut atteindre jusqu'à 10 heures d'autonomie. Il ne lui manque plus que le panneau solaire de recharge !

Prix public indicatif : 139,99 € TTC

www.ryobitools.eu

SAUTER

Mini sèche-serviettes Kelud

Dans un monde où le mètre carré est précieux, voici une version mini-taille du sèche-serviettes adapté aux mini-salles de bains. Le Kelud électrique de 250W est ultra-compact et ne mesure que 73 cm de haut pour 45 cm de large. Il dispose sur sa partie basse d'un boîtier, parfaitement intégré à l'utilisation intuitive, avec une fonction Boost en accès direct capable de rendre les serviettes chaudes et moelleuses tous les jours à la même heure.


www.confort-sauter.com

AEG

Une scie sauteuse pro et protectrice



La scie Brushless PRO18V BST18BLX2-0 correspond aux attentes de plus en plus pros des clients. Elle délivre 3500 cps/min. et déploie une course de lame de 25,4 mm, avec un réglage sur 4 positions pour adapter la vitesse d'oscillation selon le matériau et la coupe. L'astuce bien pensée : le système Fixtec éjecte l'outil pour ne pas se brûler lors du changement de lame. Dotée d'une semelle en alu, cette scie sauteuse dispose aussi d'un système de soufflerie qui élimine la poussière au moment du passage de la lame. En parlant de soufflerie, elle dispose d'une sortie de branchement compatible avec un aspirateur d'atelier, un stockeur de lames et un éclairage LED.

Prix public indicatif : 239,99 € TTC.

www.aeg-powertools.eu

ISONAT

Panneaux de fibre de bois

La gamme Flex Contact, 100 % conçue et fabriquée en France, bénéficie d'une nouvelle technologie de fabrication qui améliore la manipulation, la découpe et la pose des panneaux biosourcés Flex 40 et Flex 55 du fabricant, en réduisant les émissions de poussières. La quantité de liant nécessaire à leur fabrication a été divisée par deux, ce qui augmente la proportion de fibres de bois et confère à ces panneaux le meilleur lambda du marché des biosourcés (0,036 W/m.K), selon Isonat. Ils constituent de surcroît un excellent isolant acoustique et sont les seuls isolants biosourcés revêtus d'un voile de confort pour faciliter la découpe et la manutention. La fibre ne se délite pas à la pose et la compressibilité des panneaux facilite la mise en œuvre entre les montants et les passages de gaines.


www.isonat.com

RYOBI

Une loupe éclairée pour un regard différent



C'est un outil un peu original mais bien utile. Pas besoin de souffrir de DMLA pour s'en servir (même si ceux qui en sont victimes pourraient bien apprécier le produit...). Cette loupe éclairée 18V ONE+™ RML18 sur batterie dispose d'un éclairage et d'un zoom. Elle possède deux zones de loupe grossissante x 2,25 sur la plus grande surface en verre et x 5 sur une plus petite partie. Son corps flexible de 40 cm permet de l'orienter dans toutes les directions tout en la fixant sur le bord d'une table ou d'un bureau grâce à sa pince de serrage. L'éclairage LED est situé dans le cercle tout autour de la loupe, sans ombre portée, et variable selon deux modes d'éclairage de 500 et 200 lumens. Sa portée atteint 1 mètre et offre 9 heures d'autonomie avec une batterie 5,0 Ah en basse intensité.

Prix public : 49,99 €.

www.ryobitools.eu

DURIEU

Entretien des éléments métalliques

Sous sa marque Owatrol, Durieu présente Transyl 97, une nouvelle formule biosourcée à 97 % de son antirouille-dégrippant-lubrifiant Transyl, dont toutes les performances sont conservées, avec l'avantage supplémentaire d'une odeur plus agréable et moins persistante. Il agit par infiltration à froid et ne contient aucune substance corrosive. D'une simple pulvérisation, l'eau est chassée à 100 % hors du support. Et grâce à sa très faible viscosité, le produit évite l'agglomération sur les pièces traitées des particules et des poussières. Couplée aux additifs anti-corrosion, la protection obtenue est plus efficace, notamment dans les environnements industriels humides.


www.owatrol.com

PACMAN

« Il faut tripler la production de PAC d'ici à 2027 », selon E. Macron



« Nous avons décidé de développer une filière industrielle de pompes à chaleur [...], beaucoup moins consommatrices et émettrices, de tripler la production de PAC, et d'arriver donc à produire un million de pompes sur notre territoire, tout en formant en parallèle 30 000 installateurs », affirme Emmanuel

Macron. Chez Atlantic, cela consistera à doubler la production locale. Pour soutenir cette politique de réindustrialisation, entre 300 et 400 M€ de crédits d'impôt seront accordés aux industriels, pour un résultat espéré de 2 Md€ d'investissements productifs (soit un effet levier de 4 à 5 fois). Au passage, le gouver-

nement compte réduire de 2 Md€ le déficit commercial lié à l'importation des PAC et réfléchit d'ores et déjà à introduire une écoconditionnalité des aides après 2025. Le président de la République a précisé que le but est d'encourager les PAC, et « non d'interdire les chaudières à gaz ». Pour Agnès Pannier-Runacher, « les PAC doivent être plus accessibles grâce à une augmentation des aides pour les foyers aux revenus moyens ou modestes ». Du côté de la rénovation thermique des bâtiments, le chef de l'État considère qu'il faudra « accompagner les ménages qui sont les plus modestes au-delà de ce que nous avons commencé à faire avec MaPrimeRénov' », en baissant le reste à charge. De nouvelles mesures sont attendues en novembre. ●

Grégoire Noble

Vite !

FRANCHISE

Daumus, nouvelle enseigne contre l'humidité



Bernard Wattiez, fondateur de Daumus, annonce l'arrivée en France de sa franchise dédiée aux interventions contre l'humidité dans l'habitat. Cette enseigne ouvre à Valenciennes après avoir expérimenté quatre magasins franchisés en Belgique. Daumus vise 150 franchisés en France, qui bénéficieront tous de l'exclusivité territoriale. Chaque concessionnaire pourrait, au bout de deux ans, dégager un CA de 400 000 € avec une marge brute de 55 %.

PEINTURE

Savy racheté par Storch-Ciret

Le fleuron français de l'outillage du peintre passe dans le giron du groupe allemand Storch-Ciret (275 M€ de Ca annuel), qui avait besoin d'une industrie "made in France" pour mieux pénétrer le marché tricolore. Savy, c'est 45 salariés, 2 millions de brosses, 1 million de rouleaux à peindre par an et 6 millions d'articles commercialisés à 1 300 clients.

CHAUD !

Stefan Metcalfe, nouveau directeur commercial d'Acova



Stefan Metcalfe est nommé directeur commercial d'Acova (groupe Zehnder), qui commercialise en France des radiateurs et sèche-serviettes décoratifs. Ce franco-britannique de 53 ans, diplômé de deux masters de la Neoma Business School de Rouen et de l'Université Paris Dauphine PSL, a occupé divers postes à responsabilités chez L'Oréal, Henkel, Miele ELM Leblanc ou encore Fichet.

PROXXON Outillage de caractère!



PROXXON

INDUSTRIAL

Pour plus d'informations:
contact@proxxon.fr • proxxon.com



On dénombre 16 lignes d'extrusion sur le site, dont une toute dernière en cours de démarrage. Les profilés y sont produits par extrusion de matière "dry blend" et de PVC recyclé, à hauteur de 32 % en moyenne.



L'usine Cougnaud Lapeyre d'Aizenay a produit 152 000 menuiseries en



L'usine a la particularité de produire elle-même son propre mélange "dry blend" qui donnera du PVC par extrusion. Elle en a fabriqué 5 140 tonnes l'an dernier.



Le site Cougnaud a intégré davantage d'automatisation au fil des années. Une partie des quincailleries sont ainsi posées par des robots.



FUSION

Au cœur du « gros porteur » industriel de Lapeyre

À Aizenay (85), la plus importante des neuf usines du groupe Lapeyre fabrique des menuiseries sur mesure en PVC, en affichant de hautes performances dans l'utilisation de PVC recyclé. Un savoir-faire que le fabricant distributeur entend revaloriser.

Le retour aux fondamentaux ! Lapeyre a récemment remis au goût du jour son slogan publicitaire historique « Y'en a pas deux ».

Le spécialiste entend aussi tirer profit des vents porteurs du "made in France" et remettre sa singularité de fabricant distributeur à l'honneur. Ses clients finaux n'en sont pas toujours informés mais le groupe possède neuf usines en France, qui produisent la moitié de ce que vendent les 132 magasins du réseau Lapeyre. Située à Aizenay, l'usine Cougnaud est « le gros porteur de l'arsenal industriel du groupe », précise Marc Ténart, le P-DG de Lapeyre. Dans le giron du groupe

depuis 1998, ce site est spécialisé dans les produits de menuiserie rectangulaires, plaxés, cintrés, baies coulissantes et portes en PVC. Il présente la particularité de ne travailler qu'à la commande en sur-mesure.

Production intégrée

L'usine Cougnaud a produit 152 000 menuiseries en 2022, pour Lapeyre, mais également pour GAM (entité du groupe qui distribue les marques GIMM et Les Menuiseries françaises en

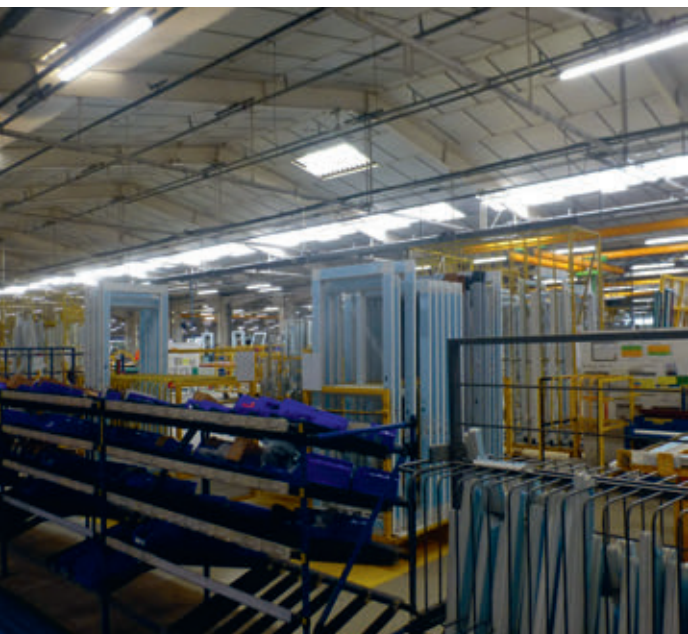
BtoB), le réseau KparK et OXXO. Le site, qui fête ses cinquante ans cette année, a progressivement intégré au maximum la production en amont. L'usine fabrique ainsi son mélange "dry blend" et procède à l'extrusion de ses profilés PVC sur seize lignes, dont « la plus performante d'Europe », notamment en termes d'intégration de PVC recyclé. Elle fait l'objet des plus lourds investissements industriels du groupe Lapeyre et de son propriétaire allemand Mutares, qui ont injecté

dans la modernisation du site 12,3 M€ en deux années (soudes, nouvelle ligne d'extrusion, centres d'usinage, éclairage du site en LED...). ●

Thierry Goussin (textes & photos)

COUGNAUD LAPEYRE EN CHIFFRES

- 372 salariés permanents et 60 intérimaires
- 33 750 m² de bâtiments
- 152 000 menuiseries produites en 2022
- 63,7 M€ de CA en 2022



2022. Elle occupe 33750 m² de bâtiments sur un terrain de 103000 m².



Les profils PVC sont ensuite soudés. Trois nouvelles soudeuses auront été installées sur 2022-2023 pour un investissement de 2,5 millions d'euros.



L'usine Cougnaud travaille à flux tendus. Les produits finis restent en moyenne une demi-journée dans la zone de stockage avant d'être expédiés à travers toute la France.

3 QUESTIONS À... MARC TÉNART, P-DG DE LAPEYRE

« Des superchampions de la RSE »

Pourquoi insistez-vous aujourd'hui sur votre dimension industrielle ?

Quand j'ai visité nos usines à ma prise de fonction, je me suis rapidement demandé comment agir pour que nos clients touchent de plus près cette expertise industrielle. Dans le cadre de notre plan stratégique Convergence et Croissance, défini avec notre nouvel actionnaire et l'ensemble des équipes, nous avons décidé de remettre en avant notre dimension de fabricant distributeur, qui constitue un avantage compétitif face à la concurrence. C'est ainsi que nous souhaitons repositionner la marque Lapeyre. Nous allons

dans un second temps apporter la preuve produits en magasin, rechargée de ce sens fabricant distributeur. En dix-huit mois, nous avons déjà réinternalisé la production de trois gammes, dont les portes Naïade, qui ont vu leurs ventes progresser.

En quoi l'usine Cougnaud est-elle remarquable ?

Nous intégrons en moyenne 32% de PVC recyclé dans nos menuiseries, issu de chutes internes et de menuiseries en fin de vie. Nous sommes déjà au-delà des futures exigences européennes, qui seront à 25%, et trois-quatre fois meilleurs que nos concurrents en moyenne.

Cette utilisation de PVC recyclé optimise les coûts de production de 5 à 10 %. Cette filière n'est qu'en démarrage puisque l'on fait aujourd'hui les premiers remplacements de menuiseries PVC. Demain, les gains seront plus intéressants. L'utilisation de PVC recyclé demande des équipements et des outils complexes, notamment en matière de co-extrusion, d'où nos investissements réguliers.

Quelle est pour vous la valeur ajoutée du "made in France" ?

L'intégration poussée au sein de l'usine Cougnaud, avec la production de notre "dry blend" et



l'extrusion des profils PVC, donne la compétitivité économique et technique de nos produits. Peu maîtrisent comme nous ces technologies. Grâce à cette maîtrise de la chaîne de valeur de bout en bout, notre avantage est d'intégrer la dimension RSE dès la conception des produits, en connexion avec nos chefs de marché. Nous sommes

des superchampions de la RSE mais nous ne le vendons pas assez bien ! Nous combinons sur-mesure, prix compétitifs, qualité et délais, là-dessus nous sommes imbattables ! Le délai moyen chez Cougnaud est de trois semaines de fabrication. Et nous sommes capables de proposer une offre sur mesure en une semaine. ●



DÉCORATION

Tendre Cocon

Enfin deux bonnes nouvelles pour le monde de la déco. Et elles sont dans ce journal ! Selon le sondage OpinionWay/Bigmat, les Français se sentent capables de travailler en toute autonomie d'abord dans le secteur de la peinture (lire page 12). Comme l'année 2024 est annoncée compliquée, cela pourrait servir ce marché, les peintres amateurs se débrouillant très bien seuls pour économiser. Seconde bonne nouvelle : les produits "Made in France" se vendent mieux que les autres et les consommateurs signalent un appétit particulier pour la déco tricolore. Plus de la moitié des personnes interrogées par Buzzpress (lire page 18) le déclarent ! Il faut donc bien faire son marché dans les nouveautés avant de s'envelopper dans le tendre cocon, la couleur 2024 annoncée par AkzoNobel dans ce numéro.

LES CHIFFRES

30

LES NOUVEAUTÉS

31



INSTALLER UNE SALLE D'EAU N'IMPORTE OÙ, MÊME SANS ÉVACUATION GRAVITAIRE.

NOS SOLUTIONS POUR RACCORDER
DOUCHE, LAVABO ET WC



Sanipack

- 💧 S'encastre dans une cloison
- 💧 Compact
- 💧 3 entrées disponibles



POUR EN SAVOIR PLUS,
RENDEZ-VOUS SUR
sfa.fr

NOS SOLUTIONS POUR RACCORDER
DOUCHE, LAVABO ET LAVE-LINGE



Sanipompe Vite

- 💧 3 entrées disponibles
- 💧 Silencieuse : 42 dB(A)
- 💧 Installation complète d'une salle d'eau ou salle de bain



 **SFA** GROUP
Agitateur d'eau



LE MARCHÉ DE AOÛT 2022 À JUILLET 2023

La valeur reprend des couleurs

Par la force des choses, le prix de la peinture suit le mouvement de l'inflation et se valorise fortement. Cela n'aide pas les volumes à se reprendre... On s'en doutait ! Mais au moins, le peu qui se vend permet à la filière de refaire un peu de chiffre. La peinture atterrit en valeur, idem pour les produits de traitement

du bois qui, eux aussi, ont explosé en valeur unitaire avec des hausses de 4 à 8 % par litre. Seule bonne élève de ce tableau de bord : la colle, notamment en bricolage, qui se valorise fortement à l'unité (+ 8 %)... ce qui fait gagner de l'argent à ses vendeurs sans que les ventes ne s'écroulent. ●

MARCHÉ PEINTURE



ÉVOLUTION VALEUR **+0,1%**



ÉVOLUTION VOLUME **-6,6%**



993 M€

COULEURS INTÉRIEURES



ÉVOLUTION VALEUR **+1,9%**



ÉVOLUTION VOLUME **-7,0%**



253 M€



19 €/L (+9,6%)

GRANDS BLANCS



ÉVOLUTION VALEUR **+1,6%**



ÉVOLUTION VOLUME **-4,6%**



274 M€



7 €/L (+6,5%)

EXTÉRIEUR



ÉVOLUTION VALEUR **-7,8%**



ÉVOLUTION VOLUME **-13,5%**



188 M€



10 €/L (+6,7%)

SPÉCIALITÉS



ÉVOLUTION VALEUR **+1,4%**



ÉVOLUTION VOLUME **-1,3%**



167 M€



30 €/L (+2,7%)

PRÉPARATION DES FONDS



ÉVOLUTION VALEUR **+5,6%**



ÉVOLUTION VOLUME **-31%**



86 M€



7 €/L (+9,0%)

EFFETS DÉCORATION



ÉVOLUTION VALEUR **-0,3%**



ÉVOLUTION VOLUME **-9,0%**



23 M€



6 €/L (+9,6%)

RÉPARTITION DES VENTES EN VALEUR PAR CIRCUIT



● 979 M€ (+0,2%)
● 14 M€ (-6,2%)

MARCHÉ BOIS



ÉVOLUTION VALEUR **+0,0%**



ÉVOLUTION VOLUME **-6,1%**



222 M€

TRAITEMENT BOIS



ÉVOLUTION VALEUR **+0,9%**



ÉVOLUTION VOLUME **-6,0%**



19 M€



7 €/L (+7,3%)

LASURE



ÉVOLUTION VALEUR **-6,2%**



ÉVOLUTION VOLUME **-10,0%**



57 M€



11 €/L (+4,2%)

ENTRETIENS



ÉVOLUTION VALEUR **-2,4%**



ÉVOLUTION VOLUME **-7,6%**



13 M€



26 €/L (+5,6%)

VERNIS



ÉVOLUTION VALEUR **+0,4%**



ÉVOLUTION VOLUME **-6,2%**



32 M€



36 €/L (+7,1%)

VITRIFICATEURS



ÉVOLUTION VALEUR **+2,9%**



ÉVOLUTION VOLUME **-1,5%**



19 M€



21 €/L (+4,5%)

HUILES ET SATURATEURS



ÉVOLUTION VALEUR **+3,9%**



ÉVOLUTION VOLUME **+0,6%**



35 M€



14 €/L (+3,2%)

ENTRETIEN PARQUET



ÉVOLUTION VALEUR **+3,7%**



ÉVOLUTION VOLUME **-7,6%**



3 M€



14 €/L (+12,3%)

PRÉPARATION BOIS



ÉVOLUTION VALEUR **+3,9%**



ÉVOLUTION VOLUME **-4,7%**



39 M€



25 €/L (+9,1%)

RÉPARTITION DES VENTES EN VALEUR PAR CIRCUIT



● 217 M€ (+0,0%)
● 4 M€ (-0,8%)

MARCHÉ COLLE



ÉVOLUTION VALEUR **+4,2%**



ÉVOLUTION VOLUME **-3,5%**



291 M€

COLLE BRICOLAGE



ÉVOLUTION VALEUR **+7,2%**



ÉVOLUTION VOLUME **-0,9%**



172 M€



10 € (+8,1%)

COLLE BUREAU



ÉVOLUTION VALEUR **+0,0%**



ÉVOLUTION VOLUME **-4,9%**



92 M€



4 € (+5,1%)

COLLE PAPIER PEINT



ÉVOLUTION VALEUR **+1,1%**



ÉVOLUTION VOLUME **-7,5%**



27 M€



11 € (+9,2%)

RÉPARTITION DES VENTES EN VALEUR PAR CIRCUIT



● 198 M€ (+6,3%)
● 92 M€ (+0,0%)



L'automne pastel, mais pas seulement...

Si la saison incline à la douceur à l'intérieur, à repeindre en pastel, cela peut également être le moment d'en profiter... pour entretenir les parquets.

Samia Ouledcheikh

La sélection de la rédaction

MADAME STEEL

De l'électrique chic et écolo

La toute nouvelle marque du Groupe Steel se spécialise dans la conception de produits d'appareillage électrique et de quincaillerie haut de gamme, accessibles à un large public. Respectueuse de l'environnement, cette marque adopte une approche écoresponsable en utilisant des matériaux recyclés provenant de la production du fabricant d'éclairage haut de gamme Orsteel. Pour se démarquer, Madame Steel mise sur un design à la fois coloré et épuré, ajoutant une touche de chic à travers un style à la fois moderne et dynamique.



À la fois
éco-vertueux
et design

www.madamesteel.com

FISKARS

Les ciseaux qui coupent, mais ne collent pas

Les nouveaux ciseaux Premier Loisirs Créatifs Fiskars accompagnent tous les projets créatifs. Ils disposent de lames antiadhésives performantes qui permettent de couper efficacement du papier collant, des autocollants, du vinyle, de la colle ou d'autres matières adhésives. Les ciseaux antiadhésifs Fiskars SoftGrip™ assurent une coupe efficace des matériaux collants. Ils sont dotés de lames affûtées en acier inoxydable et antiadhésives qui glissent dans les matières collantes et se nettoient facilement avec un chiffon humide.



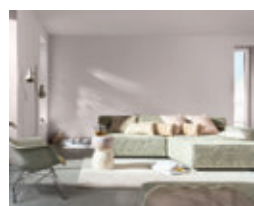
Adaptés aux activités de scrapbooking, à la création de décoration, ou la conception de cartes ou autres objets créatifs, ils permettent une découpe nette et précise du papier, carton ou matériaux collants comme le ruban adhésif, les vinyles et les autocollants.

La poignée SoftGrip™ des ciseaux antiadhésifs 21 cm et Micro-Tip™ 13 cm Fiskars vise un confort « exceptionnel ». Ciseaux antiadhésifs 21 cm Fiskars. Prix de vente indicatif : 23,99 € TTC.

www.fiskars.com

AKZONOBEL

Tendre Cocon™, la couleur 2024



Cette couleur est le résultat de recherches approfondies sur les tendances sociales, de design et de consommation pour 2024 qui ont révélé que, dans un monde incertain, nous sommes en quête d'appartenance. Nous avons besoin d'endroits pour retrouver le calme et nous reposer. Cette teinte rose pastel vise à créer des espaces calmes et accueillants.

La couleur de l'année, Tendre Cocon™, et les trois palettes de teintes associées visent à contribuer à créer cette ambiance. « Lorsque les consommateurs entreprennent un projet de transformation de leur espace de vie, ils sont en quête de conseils et d'expertise en matière de couleurs », explique Michiel Boonekamp, Directeur Marketing des peintures décoratives d'AkzoNobel.

www.akzonobel.com

PLASTOR

Premier saturateur biosourcé

Le spécialiste de la formulation et de la fabrication de finitions pour le bois a développé un saturateur plus responsable qui porte les engagements de son groupe (V33) en termes de résistance, de technicité et de performance : Pur-T® Wood. Conçu et fabriqué dans le Jura, sa formule est conforme à la norme NF EN 16640, qui atteste de l'utilisation de matières premières biosourcées dans sa composition, à base d'huiles végétales et de résines modifiées biosourcées. En phase aqueuse, il nourrit et protège les bois extérieurs traités en autoclave et toutes les essences des agressions (intempéries, UV et taches). Il contient un taux de carbone biosourcé supérieur à 90% et moins de 1 g/l de COV (par rapport à un saturateur en phase aqueuse qui légalement en contient au maximum 30 g/l).



www.plastor.fr

SYNTILOR

Seconde jeunesse pour les parquets



Le Renovateur Vitriilor® Parquets Vitriifiés et Stratifiés est la solution pour redonner leur éclat à ces sols. Une couche appliquée une fois par an est suffisante. Prêt à l'emploi et rapide à sécher, ce rénovateur protège les parquets vitriifiés ou stratifiés, élimine les rayures ainsi que les traces d'usure. Prix de vente conseillé : à partir de 23,90 € le litre.

www.syntilor.com

LES BOUGIES DE LÉA

Bougies parfumées

Les Bougies de Léa se donne pour mission de parfumer la maison avec des produits sains, éthiques et écoresponsables qui favorisent une économie circulaire. Elle propose une gamme de bougies et des suspensions végétales parfumées, son produit phare. Faits de cire végétale et de fragrances de Grasse, ces produits revisitent les petits sachets de lavande pour parfumer le linge de maison et les petits espaces. Après avoir commercialisé ses produits en BtoC sur son site, la marque répond à la demande des revendeurs (40 points de vente en France, Allemagne et Espagne). Innovation développée par l'atelier de la marque LBL, les suspensions végétales incarnent le savoir-faire d'artisan cirier de Léa. Parfums disponibles : Fleur de cerisier, Poudre de riz, Mangue & Nectarine.



www.lesbougies-de-lea.store



JARDIN

Sur les terres des pros

Vus les chiffres du marché grand public quasi catastrophiques... la cible pro pourrait intéresser jusqu'aux jardineries et/ou GSB. C'est quoi, la cible pro ? Celle, pourquoi pas, des paysagistes avec en fond celle des collectivités locales. Après tout, les villes sont tenues de végétaliser par la loi et les distributeurs pourraient, comme ils le font avec les artisans, imaginer des services pour les plus pros de leurs clients. L'excellent salon Paysalia, jamais en reste d'innovations, pourrait être le théâtre de tractations. En tout cas, de grandes marques du secteur jardin grand public et pro y seront, tout comme les acheteurs de jardineries et de GSB. *Zepros Habitat & Jardin* et *Zepros Territorial* aussi !

LES CHIFFRES

34 & 35

LES NOUVEAUTÉS

36 & 38

LE MARCHÉ

39

PAYSALIA

LE SALON PAYSAGE, JARDIN & SPORT

5 - 7 décembre 2023

Eurexpo Lyon - France

DEMANDEZ VOTRE BADGE D'ACCÈS GRATUIT

pour le salon dès juillet 2023,
en scannant le QR code ci-contre
ou sur www.paysalia.com



Profitez de
la synergie avec

ROCALIA
LE SALON DE LA PIERRE NATURELLE

et découvrez
une offre globale
minéral-végétal
qui n'existe
nulle part ailleurs !

paysalia.com



CONTACT

+33 (0)4 78 176 216

hotlinevisiteurs@gl-events.com

Avec le soutien de

VALHOR
TOUTES LES FORCES DU VÉGÉTAL

En partenariat avec



FFP
Fédération Française
de Paysage



UN RENDEZ-VOUS
greentech+



En co-production avec





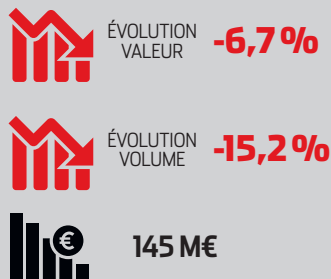
LE MARCHÉ DE AOÛT 2022 À JUILLET 2023

Gazon béni, barbecue douché

Au dernier salon d'enseigne Sevea, les fournisseurs présents faisaient grise mine. Rien contre Villaverde particulièrement, mais plutôt contre le marché, si dur actuellement. Les stocks des magasins sont pleins ou presque et les commandes maigrichonnes. Sauf si c'est de la MDD ou du « très petit prix ». Les chiffres GfK confirment ces bruits de salon.

Tous les volumes ou presque sont en chute, en référence pour certains mois à une année 2022 déjà tendue. Si Promojardin annonce une baisse des ventes du semestre à 3 %, vs 8 % l'an dernier, les volumes présentés par GfK sont quasi effrayants sauf dans le gazon. À part les tondeuses à main, les robots et les semences gazon... c'est morne plaine. ●

MARCHÉ OUTILLAGES À MAIN



RÉPARTITION DES VENTES EN VALEUR PAR CIRCUIT



- 69 M€ (-1,4 %)
- 29 M€ (-6,4 %)
- 21 M€ (-8,5 %)
- 25 M€ (-18,1 %)

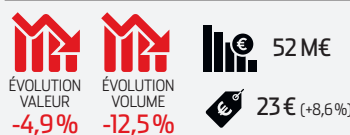
OUTILS DE COUPE



PETITS OUTILS



GRANDS OUTILS



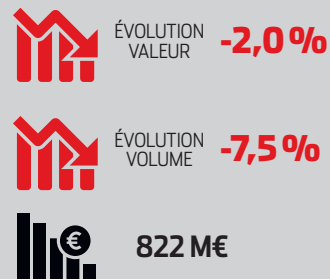
TONDEUSES À MAIN



BÛCHERONNAGE



MARCHÉ PRODUITS POUR JARDIN



RÉPARTITION DES VENTES EN VALEUR PAR CIRCUIT



- 231 M€ (-0,6 %)
- 174 M€ (-4,6 %)
- 248 M€ (-0,9 %)
- 168 M€ (-2,6 %)

SUPPORT DE CULTURE



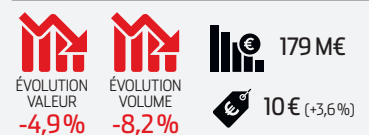
ENGRAIS



PHYTO HORS BIOCIDES



BIOCIDES

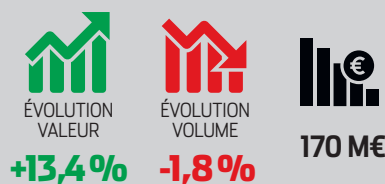


MARCHÉ SEMENCES

RÉPARTITION DES VENTES EN VALEUR PAR CIRCUIT



- 35 M€ (+16,1 %)
- 39 M€ (+0,7 %)
- 48 M€ (+20,7 %)
- 49 M€ (+16,4 %)



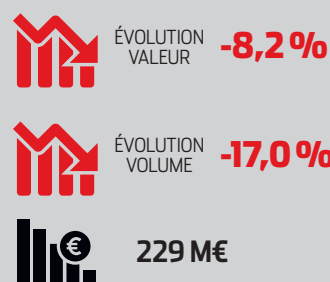
SEMENCES FLORALES ET POTAGÈRES



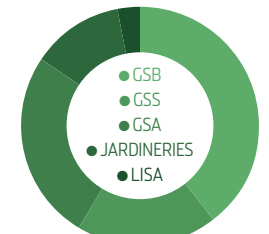
SEMENCES GAZON



MARCHÉ BARBECUES



RÉPARTITION DES VENTES EN VALEUR PAR CIRCUIT



- 83 M€ (-4,7 %)
- 40 M€ (-16,7 %)
- 54 M€ (-8,3 %)
- 26 M€ (-10,0 %)
- 6 M€ (+1,2 %)

BARBECUE CHARBON



BARBECUE GAZ-PLANCHAS



BARBECUE GAZ-GRILL



BARBECUE ÉLECTRIQUE



MARCHÉ TONDEUSES

ÉVOLUTION VALEUR **-9,4 %**

ÉVOLUTION VOLUME **-11,9 %**

703 M€

RÉPARTITION DES VENTES EN VALEUR PAR CIRCUIT



- 172 M€ (+2,6%)
- 38 M€ (+9,6%)
- 14 M€ (+7,6%)
- 39 M€ (-13,3%)
- 439 M€ (-14,6%)

AUTOPORTÉES

ÉVOLUTION VALEUR **-18,2 %**

ÉVOLUTION VOLUME **-19,7 %**

267 M€

3 428 € (+1,9%)

CONDUCTEUR MARCHANT - THERMIQUE

ÉVOLUTION VALEUR **-12,0 %**

ÉVOLUTION VOLUME **-14,6 %**

189 M€

496 € (+3,0%)

CONDUCTEUR MARCHANT - ÉLEC. FILAIRE

ÉVOLUTION VALEUR **-7,8 %**

ÉVOLUTION VOLUME **-17,7 %**

33 M€

128 € (+12,0%)

CONDUCTEUR MARCHANT - ÉLEC. SANS FIL

ÉVOLUTION VALEUR **+6,7 %**

ÉVOLUTION VOLUME **+1,7 %**

70 M€

367 € (+4,9%)

ROBOTS

ÉVOLUTION VALEUR **+8,3 %**

ÉVOLUTION VOLUME **+2,0 %**

144 M€

1 539 € (+6,2%)

MARCHÉ MOTOCULTURE

ÉVOLUTION VALEUR **-7,8 %**

ÉVOLUTION VOLUME **-12,3 %**

557 M€

RÉPARTITION DES VENTES EN VALEUR PAR CIRCUIT



- 178 M€ (-1,5%)
- 33 M€ (-1,1%)
- 12 M€ (-2,4%)
- 38 M€ (+3,2%)
- 292 M€ (-13,2%)

TRONCONEUSE

ÉVOLUTION VALEUR **-3,0 %**

ÉVOLUTION VOLUME **-8,6 %**

177 M€

284 € (+6,1%)

DÉBROUSSAILLEUSE

ÉVOLUTION VALEUR **-6,7 %**

ÉVOLUTION VOLUME **-10,8 %**

121 M€

348 € (+4,5%)

TAILLE HAIE + CISAILLE

ÉVOLUTION VALEUR **-17,4 %**

ÉVOLUTION VOLUME **-19,9 %**

86 M€

180 € (+3,2%)

MOTOBINEUSE

ÉVOLUTION VALEUR **-6,7 %**

ÉVOLUTION VOLUME **-6,4 %**

36 M€

410 € (-0,3%)

ASPIRATEUR - SOUFFLEUR - BROYEUR

ÉVOLUTION VALEUR **-11,7 %**

ÉVOLUTION VOLUME **-14,3 %**

60 M€

185 € (+3,0%)

COUPE-BORDURE

ÉVOLUTION VALEUR **+0,0 %**

ÉVOLUTION VOLUME **-9,4 %**

59 M€

110 € (+10,4%)

BROYEUR

ÉVOLUTION VALEUR **-17,7 %**

ÉVOLUTION VOLUME **-14,1 %**

20 M€

302 € (-4,2%)

MARCHÉ ARROSAGE

ÉVOLUTION VALEUR **-13,8 %**

ÉVOLUTION VOLUME **-16,2 %**

132 M€

RÉPARTITION DES VENTES EN VALEUR PAR CIRCUIT



- 84 M€ (-12,5%)
- 18 M€ (-22,9%)
- 12 M€ (-18,9%)
- 19 M€ (-5,8%)

ARROSEURS

ÉVOLUTION VALEUR **-29,2 %**

ÉVOLUTION VOLUME **-32,2 %**

9 M€

20 € (+4,4%)

TERMINAUX

ÉVOLUTION VALEUR **-7,6 %**

ÉVOLUTION VOLUME **-9,2 %**

21 M€

12 € (+1,8%)

PROGRAMMATEURS

ÉVOLUTION VALEUR **-11,2 %**

ÉVOLUTION VOLUME **-14,9 %**

10 M€

43 € (+4,4%)

TUYAUX

ÉVOLUTION VALEUR **-14,6 %**

ÉVOLUTION VOLUME **-16,5 %**

57 M€

28 € (+2,3%)

DÉVIDOIRS

ÉVOLUTION VALEUR **-11,9 %**

ÉVOLUTION VOLUME **-20,6 %**

33 M€

75 € (+10,9%)



Le jardin, c'est en toutes saisons !

Les fabricants rivalisent d'idées pour accompagner le jardinier, novice ou confirmé, dans ses activités. Élaguer, couper, ranger, cuisiner, composter...

Samia Ouledcheikh



La sélection de la rédaction

MV INDUSTRIE

De l'assiette au jardin

Le fabricant français d'équipements de jardinage et de potager lance le nouveau seau à compost de cuisine Kajo. Compact, design, facile à nettoyer et sans odeur, ce seau de cuisine collecte en toute discrétion les déchets organiques journaliers, pour ensuite les transporter dans le composteur où ils se transformeront avec les déchets verts en un fertilisant naturel et économique. Il trouve facilement sa place sous un évier ou sur un plan de travail. De fabrication suisse, il est conçu en polypropylène recyclé et 100% recyclable. Pratique, il est doté d'un couvercle hermétique intégrant un filtre à charbon actif. Celui-ci neutralise les mauvaises odeurs liées à la fermentation des aliments. Il se veut efficace pendant au moins trois mois.

Capacité : 5 l. Dim. : L 18,5 cm x l 18,5 cm x H 22 cm.

Garantie Anti-UV : 5 ans. Prix de vente conseillé : 21,90 € TTC. Lot de 2 filtres à charbon pour seau à compost : 4,90 € TTC.



Totalement hermétique, donc sans odeur

www.mvindustrie.fr

FISKARS

Hache de camping ultralégère

Surfant sur la mode du « van life », le fabricant propose une nouvelle hache X-series X13 ultralégère pour les activités d'extérieur. Savamment conçue pour la randonnée ou le camping, cette hache est la poids plume de la gamme Fiskars X-series. Parfaitement équilibrée, elle coupe le bois de manière efficace et sa taille en fait un outil facile à utiliser (même d'une seule main), à transporter et à ranger. Son manche FiberComp™ orange vif, qui se présente comme particulièrement résistant, se repère aisément dans la nature.

Prix de vente indicatif : 49,99 € TTC.



www.fiskars.com

BLACKFOX

Des chaussants qui nous bottent

La marque spécialiste des chaussants de jardin dévoile sa nouvelle collection de bottes et de sabots Desi sortie en septembre. Pour garantir un confort maximal de ses bottes, le fabricant mise sur du caoutchouc naturel majoritaire pour leur structure et des semelles crantées pour une excellente adhérence. Les sabots bénéficient d'une matière qui leur confère une grande légèreté et sont doublés d'un polyester polaire chaud et doux. Idéal pour aborder la nouvelle saison. Côté pratique, les deux modèles sont faciles à entretenir et peuvent être rincés en un clin d'œil. Les demi-bottes et les sabots sont proposés dans les pointures allant du 36 au 41.

Demi-bottes Desi (photo) : 50 € prix indicatif conseillé. Pour les Sabots Desi, compter 24,90 €.

www.blackfox-shop.com

KRUUSE

Mission bien-être animal

Qu'il s'agisse de petites plaies, de morsures ou de sutures, la gamme de soins de la peau Kruuse vise à offrir aux animaux tout le confort dont ils ont besoin. Le spécialiste met à disposition son expertise pour développer des gammes de soins sur mesure favorisant le bien-être des animaux tels que les bovins, chevaux, mais également les animaux de compagnie : chiens, chats, volailles... Le spray aluminium destiné à ces derniers laisse leur peau propre et libre de respirer en formant un film protecteur. Le petit plus : il dispose d'une buse spray pour une protection ciblée.

Fabriqué au Danemark. Prix de vente grand public : 16,92 € TTC. UKAL est le distributeur exclusif sur le marché français.



www.ukal-elevage.com

RYOBY

Pour élaguer en hauteur, sans effort



L'élagueur sur perche RY36PP25A complète la plateforme 36V Max Power conçue pour répondre aux travaux les plus intensifs. Ses performances sont comparables aux outils thermiques, les contraintes d'utilisation (bruit et pollution) et d'entretien en moins. Cet outil longue portée (3,5-4 m) vise la coupe des branches en hauteur grâce à son tube télescopique réglable (de 2,1 m à 2,9 m). L'élagueur est équipé d'un guide de 25 cm de long incliné à 15° pour faciliter la coupe des branches. Le variateur de vitesses intégré assure précision et contrôle. La vitesse de chaîne peut atteindre 5,5 m/s. L'outil pèse 4,2 kg. Son harnais est inclus pour une excellente répartition du poids et un meilleur confort de travail.

Prix public indicatif : 179,99 € TTC. Livré avec un harnais bretelles, sans batterie ni chargeur.

www.ryobitools.eu

HUSQVARNA

Souffler, c'est (presque) jouer

L'automne laisse place au ramassage des feuilles et des brindilles. Mais avant de prendre le râteau, pensons que les feuilles sont des éléments nutritifs essentiels pour nos jardins ! Les ramasser et les composter permet de fournir aux plantes, pelouses et arbres tout l'azote, le phosphore et le potassium dont ils auront besoin l'année d'après. Le moyen le plus rapide pour se débarrasser des feuilles mortes est d'utiliser un souffleur, rendant ainsi cette tâche plus amusante ! Le souffleur Husqvarna Aspire™ B8X-P4A a été conçu pour être compact, puissant, avec une longue autonomie. Grâce à ses trois modes de puissance, il traite aussi bien les parterres de fleurs délicats que les feuilles mouillées.



www.husqvarna.com

7^{ÈME} ÉDITION

Ze AWARDS

HABITAT & JARDIN

Les Ze Awards HABITAT & JARDIN
avec toutes les enseignes de JARDINERIES et de GSB
vont fêter les héros de l'année.

*Rendez-vous le **lundi 20 novembre 2023** à Paris,
pour une remise de prix exceptionnelle !*

Les Ze Awards Habitat & Jardin récompensent les MAGASINS !

- Leurs initiatives locales RSE (sociales, environnementales, RH),
- Les réalisations Merchandising, mises en scène, théâtralisation...

OCT

En octobre,
le Jury désignera
les **champions**
par enseigne.

20
NOV

Le 20 novembre,
le Jury dévoilera
les **CHAMPIONS**
des **CHAMPIONS** !

7 PRIX EN COMPÉTITION :

- Meilleure initiative Merchandising Jardin
- Meilleure initiative Merchandising Brico
- Meilleure initiative RSE
- La Femme ou l'Homme de l'année
- Le retailer Jardin indépendant de l'année*
- Le retailer Brico indépendant de l'année*
- Prix Spécial « Les Héros de l'année »

* Concerne des entrepreneurs propriétaires de leur affaire.
Ils peuvent être franchisés, adhérents, coopérateurs etc.



EN PARTENARIAT AVEC



UN ÉVÈNEMENT ORGANISÉ PAR **ZePROS**



La sélection de la rédaction

WORX

Tronçonneuse sans fil



Performance
et longue durée
de vie au
programme

La NITRO 40V - WG385E vise à offrir une puissance comparable au thermique. Son moteur Brushless lui procure une grande autonomie et une durée de vie prolongée. Le système de tension automatique de la chaîne intégrée de la tronçonneuse assure une

tension optimale lors du serrage, éliminant ainsi le besoin de réglages manuels fastidieux. Cela garantit une utilisation sûre et efficace de la chaîne, en évitant tout relâchement ou surtension qui pourrait compromettre la performance. De plus, l'outil est équipé d'un système de lubrification automatique avec indicateur de niveau qui assure une distribution régulière d'huile durant le fonctionnement. Ce qui permet de s'assurer que la chaîne est correctement lubrifiée. Une façon d'optimiser sa durée de vie et ses performances. Enfin, pour une sécurité accrue, la tronçonneuse est dotée d'un frein de chaîne réactif en cas d'urgence.

Spécifications techniques: Tension : 2 x 20V max. Batterie: 2 x 2,0 Ah • Longueur du guide: 40 cm. Vitesse de la chaîne: 18 m/s. Temps de chargement: 2 h. Poids: 4,7 kg. Accessoires: - 2 batteries 20V 2,0Ah, 1 guide 40 cm (WA4393), 1 chargeur double de 2 h, 1 capot de protection de la lame, 1 chaîne de 40 cm (WA4123). Prix de vente conseillé: 389,99 € TTC.



www.eu.worx.com/fr-fr/produits

URBAN CUISINE

Amo, le potager intérieur intégrable

Forte du succès du premier potager d'intérieur « Zéro contrainte », la start-up française Urban Cuisine lance Amo, le premier potager intégrable dans n'importe quelle cuisine grâce à ses dimensions standards... celles d'un four. Un potager accessible à ceux qui ne disposent ni de terrasse, ni de balcon, et adapté aux modes de vie urbains. Cet objet esthétique et facile à utiliser ne requiert aucune aptitude technique au jardinage. Le produit est proposé en deux versions: avec ou sans porte vitrée.

RENDEZ-VOUS

Paysalia attend 1 500 exposants

Le salon Paysage, Jardin et Sport accueillera ses visiteurs à Lyon Eurexpo du 5 au 7 décembre prochains. L'organisation annonce à une belle édition. Côté exposants, l'organisation du salon Paysalia se veut optimiste : « Ce sont 1500 exposants et marques qui sont attendus pour 2023, soit un peu plus qu'en 2021 », déclare-t-elle. Pour l'heure, elle comptabilise un peu plus de 800 exposants déjà inscrits pour les deux événements Paysalia et Rocalia (le salon de la pierre naturelle a lieu de façon concomitante), sachant que la majorité sont inscrits pour Paysalia. Sur trois jours, les visiteurs arpenteront les allées d'un salon où divers univers seront représentés : de l'arrosage à l'entretien et traitement, en passant par les équipements, les matériaux, piscines et spas, ainsi que la production végétale. Parmi les exposants 2023 : Jouin Outil, Poterie Jamet, Compo France, Floren-



taise Pro, Jardiprotect, Nova-Flore, mais aussi Chapelu Frères, Debarge, Dirickx ou Barenburg.

Environnement et biodiversité au menu !

Côté programmation, les tables rondes et les temps d'échanges s'articuleront autour de cinq grandes thématiques en rapport direct avec les enjeux de la filière : biodiversité et environnement ; emploi et formation ; modernisation de la filière paysage ; végé-

talisation des villes ; gestion de l'eau. Côté animation, l'organisation annonce l'inauguration d'un nouvel espace, Innovation Booster, situé à l'entrée du salon. Sans dévoiler le nombre de visiteurs inscrits, les équipes de Paysalia confirment que ce sera une belle édition... Les invitations ont été envoyées tout début septembre et les organisateurs sont satisfaits du nombre de retours obtenus à date. ●

S.O.

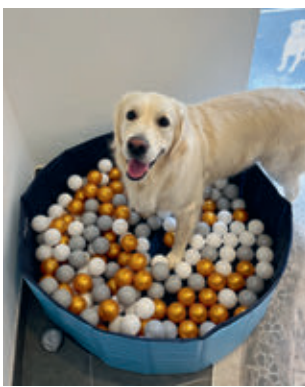
PREMIÈRE

Une crèche pour Médor !

La première crèche canine de France ouvre ses portes à Puteaux (92). « Les Belles Truffes » s'adresse aux propriétaires d'animaux qui appréhendent de laisser leur compagnon seul pendant leurs journées de travail. L'idée ? Faire bénéficier les chiens d'un programme sur mesure dans un lieu spécialement dédié. Ils pourront se dépenser, jouer et sociabiliser. Pour faciliter le quotidien des propriétaires de chien, un service de toiletteage

complet est également disponible. Le tarif de cette solution de garde : 80 € la journée. Cette crèche propose des activités adaptées aux besoins des chiens : les promenades, pour contribuer aux besoins de dépense physique, les parties de jeux « pour contribuer aux besoins cognitifs », des temps calmes pour respecter les besoins fondamentaux et la mastication... pour exercer les instincts naturels. ●

S.O.



RECO
REUSE REDUCE RECYCLE

WE ARE GREEN

+70% RECYCLED PLASTIC

WE ARE GREEN - WE ARE GREEN

LA PREMIÈRE GAMME D'IRRIGATION AVEC PLUS DE 70% DE PLASTIQUE RECYCLÉ

Découvrez la gamme RECO sur gfgarden.it



Ecomaison - SAS au capital de 200 000 € - Siège social : 50, avenue Daumesnil 75012 Paris - 538 495 870 RCS Paris
Crédits photographiques et illustrations : Shutterstock - Conception : makasir - Septembre 2023

**Garantir
le zéro défaut,
c'est votre métier.**
**Viser le zéro déchet,
c'est le nôtre.**

**ECOMAIISON : VOTRE EXPERT
MULTIFILIÈRES POUR ÊTRE
EN CONFORMITÉ RÉGLEMENTAIRE !**

Industriels et distributeurs du bâtiment et d'outillage,
faites-vous accompagner par un pro pour gérer
la fin de vie de vos produits.

Répondez à vos obligations réglementaires en matière
de recyclage avec notre offre de services complète
pour tous les produits et matériaux de la maison.

Ecomaison, le seul point de contact pour tous vos besoins !

Adhérez sur **ecomaison.com**

**Ecomaison réemploie et recycle
les objets et matériaux de la maison**



mobilier



literie



déco textile



matériaux



bricolage



jardin



jouet