



Force Xtend
gérant, qui possède
in, veut partager
es de distributeur
nde entier,
en Australie et
Belgique ! **P.5**

AVIS CLIENT Le baromètre trimestriel

Retrouvez à chaque
numéro l'évolution des
avis clients sur les
enseignes brico, jardin
ou négoce. **P.10**

30 397
exemplaires

ACPM
DIFFUSION

Mise en distribution certifiée

Numéro 28 | Février 2024

HABITAT & JARDIN **ze**pros

habitat.zepros.fr

FLEXTEC

MASTIC COLLE
TOUT EN 1



Normes, lois Tout ce qui change en 2024

REP, biodéchets, pots horticoles, ombrières,
parc de stationnement, Triman, etc.

SPÉCIAL COLLES

Le marché, les innovations





FLEXTEC

LA **NOUVELLE TECHNOLOGIE**
POUR REMPLACER
LE POLYURÉTHANE !



**Haute élasticité /
anti-déformation**



**Haute résistance
aux intempéries**



**Adhère même sur
supports humides**



**S'extrude même
par temps froid**



**RECOMMANDÉ PAR
MAKE IN FRANCE
(CÉDRIC CAUDAL)**



YouTube



NOUVEAU

Adeo lance Xtend

Le groupe géant, qui possède Leroy Merlin, veut partager ses marques de distributeur avec le monde entier, au Pérou, en Australie et même en Belgique ! **P.5**

AVIS CLIENT

Le baromètre trimestriel

Retrouvez à chaque numéro l'évolution des avis clients sur les enseignes brico, jardin ou négoce. **P.10**

30 397
exemplaires

ACPM
DIFFUSION

Mise en distribution certifiée

Numéro 28 | Février 2024

HABITAT & JARDIN **ze**pros

habitat.zepros.fr



Normes, lois

**Tout ce qui
change
en 2024**

REP, biodéchets, pots horticoles, ombrières,
parc de stationnement, Triman, etc.

SPÉCIAL COLLES

Le marché, les innovations

COMMUNICATION DIGITALE

**Vous cherchez
des leads qualifiés ?
Passez à l'agence
et allumez la lumière**



**Tokster :
des stratégies de contenu
attirantes,
des résultats garantis**

Tokster est depuis toujours partenaire du groupe Zepros, premier groupe média à destination des professionnels. Ce partenariat, unique dans le monde des agences de communication, nous confère une connaissance fine des marchés B2B et nous permet de développer pour nos clients des bases de données sur mesure, des analyses et des stratégies sans équivalent sur le marché.

 **Tokster**
COMMUNICATION DIGITALE 
Des experts et des résultats

Contactez Claudine Martinez : claudine.martinez@tokster.com



ÉDITO

Pierre Dieuzeide
Rédacteur en chef

Adeo, le transgenre du commerce

Au commencement, il y eut les fabricants qui servaient un client (lequel avait en général un château). Puis le fabricant donna licence à un marchand de vendre son produit. Très vite, d'autres marchands ouvrirent boutiques pour vendre le même produit venant d'autres fabricants. On a alors appelé cela la concurrence. Je vous renvoie à l'ouvrage fondamental de la distribution qu'est l'album *Obélix et Compagnie...* Devenus concurrents, les marchands ont demandé aux fabricants de baisser leurs prix. Certains l'ont fait en allant acheter des pièces au pays du matin calme, où le soleil se lève, etc. Mais la concurrence est devenue aiguë, alors les fabricants ont discrètement acheté des modules complets en Asie, voire le produit entier. Un jour le distributeur l'a su, alors il a dit : « *Le vrai fabricant, c'est le Chinois. Il n'a qu'à travailler pour moi, mais toi, le fabricant qui sait fabriquer, reste un peu avec moi et faisons des MDD.* »

Tout ça, vous connaissez par cœur et c'est certes un peu caricatural. Mais voilà que nous vivons maintenant une toute nouvelle époque : l'ère du marchand qui vend à des marchands des produits à marque de marchands comme s'il était fabricant. C'est ce que fait Adeo ! Et c'est très malin ! Pourquoi s'embêter à créer un réseau au Pérou si on trouve un collègue marchand sur place qui écoule ses produits ? Le commerce péruvien est content et Adeo joue le marchand/fabricant, transgenre du commerce. À ce jeu, il pourrait devenir demain leader des salons de jardins... dans des pays où Leroy Merlin n'existe pas. Et tout ça paraîtra tout à fait... Naterial. ●

L'IMAGE DU MOIS



*Elle a commencé plus jeune qu'Agathe
Et elle a dirigé la même boîte
Leroy avait trouvé sa reine
Quand Rose entra en scène
C'était il y a 100 ans
Elle avait 26 ans
Leurs noms unis allaient
s'inscrire ici et très loin
Ils s'appelaient Adolphe Leroy
et Rose Merlin*

SOMMAIRE

ACTUALITÉS

Distribution	4
Baromètre Vasano	10
Vos régions	12

FOCUS

Lois, normes, gestion	16
-----------------------	----



Weldom annonce 1000 magasins en 2025



Brico Dépôt ouvre ses portes à Vierzon

MARCHÉS BRICOLAGE

Vos marchés	21
Le marché spécial colles	22
	24



Marché des colles : qui s'y frotte s'y fixe !



Honda veut être le n°2 des tondeuses

MARCHÉS DÉCORATION

Nouveautés	29
Vos marchés	30
	31

MARCHÉS JARDIN

Nouveautés	33
Vos marchés	34
	35

MANAGEMENT

	38
--	----



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 Barrieria - Tél. : 06 66 64 61 03 - ml.barrieria@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, Samia Ouledcheikh, Patrick Glémas • **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 : Moudi 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 !

10-31-3337 / Certifié PEFC / pefc-france.org

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

MATCH

Weldom annonce 1 000 magasins d'ici à fin 2025

Weldom revoit ses ambitions à la hausse avec désormais le chiffre de 1000 magasins sous enseigne ou partenaires fin 2025. Par ailleurs l'enseigne annonce un nouveau thème : Mieux habiter ensemble, sa déclinaison du Mieux vivre ensemble, et une campagne TV à la clé.

L'enseigne de proximité de la galaxie Adeo ne ralentit pas. Éric Béchu, directeur général de Weldom, annonce que pour les 25 ans de l'enseigne, le réseau sous enseigne est passé à 267 points de vente, dont 100 au nouveau concept. Par ailleurs l'enseigne affiche un volume d'affaires 2023 de 1,735 Md€ pour 788 magasins (267 Weldom + 521 partenaires), en hausse de 24 % (1,226 Md€ sous enseigne,

+ 8,6 %). Les 521 partenaires actuels réalisent donc un volume d'affaires sur leurs activités bricolage de 509 M€. Numériquement, Weldom a enregistré une croissance nette de 22 magasins sous enseigne et le club partenaire est passé de 198 magasins fin 2022 à 523 membres. Dès lors, Weldom révisé ses objectifs qui étaient de 600 magasins fin 2026... à 1000 visés pour fin 2025. Cela veut dire 212 magasins à récolter en 24 mois, soit quasi un par mois. Sans doute des accords sont-ils déjà passés... « Nous avons vocation à aller chercher au moins une cinquantaine de Weldom pour 2026 et nous avons une marge pour 150 partenaires, confie Éric Béchu. Les 200 magasins qui manquent seraient donc répartis

en un quart de Weldom, et trois quarts de partenaires. »

Une nouvelle enseigne

Éric Béchu insiste sur la nécessité de disposer d'une « pépinière » et... annonce le lancement d'une nouvelle solution. « Nous avons Mon Brico, aujourd'hui, nous proposons Weldom Contact. Ce sera comme un Mon Brico, mais avec moins de droits et devoirs. » Weldom Contact va apparaître cette année. « Nous ne développons plus Mon Brico. Nous cherchons à avoir une enseigne et à développer sa notoriété. » Le lieu de la première ouverture reste à définir, mais cela ne saurait tarder...

Fêter ensemble

Pour son 25^e anniversaire, l'enseigne a choisi comme thème



« Mieux habiter ensemble », sa déclinaison du « Mieux vivre ensemble ». Imaginée par Score DDB, cette signature se traduira par une campagne TV en 2024 en trois vagues en avril, septembre et novembre. Par ailleurs, des opérations événementielles « seront proposées en magasin

pour fêter avec les habitants ce 25^e anniversaire » avec ateliers, jeux et gâteau d'anniversaire en avril, journée brocante en septembre et soirée festive en novembre. Sans doute des partenaires fournisseurs seront-ils sollicités pour participer notamment à des jeux concours. ●

Weldom croule sous les récompenses

Primée pour la deuxième année consécutive « Meilleure chaîne de magasins » et « Meilleure franchise », Weldom vient aussi de décrocher le prix Vasano 2023 des meilleurs avis clients. Enfin, Éric Béchu, le DG de Weldom, a été élu Personnalité de l'année 2023 aux côtés de Thomas Bouret aux Ze Awards Zepros Habitat 2023.

MAISON&OBJET

Un salon sous le signe de la nature et de l'épure

Petit tour du grand salon de la déco maison et jardin. C'est encore la nature qui règne en maître... mais moins luxuriante, plus épurée. Le salon des professionnels du design, de la décoration et de l'art de vivre a attiré plus de 63 000 visiteurs professionnels, dont près de 45% d'internationaux en 2023.



La marque française Hyd'île (Bourg-de-Péage, 26) est venue dévoiler sa nouvelle collection 2024. Le credo de la marque : des matières naturelles, comme le bambou, le rotin ou le raphia.



Haomy (ex-Harmony Textile, ainsi rebaptisé en 2022), spécialiste du lin, s'est lancé en 2019 sur le marché de l'outdoor. La marque présente ainsi ses coussins et autres produits d'extérieurs en polyester.



Avec ses collections printemps-été, l'entreprise belge J-Line, Pleasure of living, by Jolipa, propose des univers variés, allant des fêtes mexicaines à une maison à Lanzarote en passant par l'inspiration africaine... ou le cosy classique !



Petit-déjeuner à Bloomingville... La marque danoise est distribuée dans près de 300 points de vente français.



Pour ce nouveau programme "What's new in retail?", le salon a fait appel à François Delclaux, expert en anticipation pour le storytelling du lieu et la sélection de nouveautés, et à l'agence de consulting BETC Design pour la structuration d'un parcours client et un merchandising efficace.

HISTOIRE BELGE

Adeo vend à Brico mais ne l'achète pas

Le monde du bricolage belge s'agite ! Et l'on reparle des enseignes Brico et BricoPlanit en vente. Certains journaux belges ont vu Leroy Merlin comme repreneur. Tout cela est balayé d'un revers de manche par le groupe, qui parle de rumeurs et spéculations... et dément avoir reçu une offre... mais reconnaît une collaboration aux achats avec Leroy Merlin. Selon nos informations, il y aurait en effet un accord avec Adeo pour vendre certaines MDD du groupe français.

Ce n'est pas la première fois que bruisse la rumeur de la mise en vente des enseignes Brico et BricoPlanit. Après tout, le groupe Maxeda appartient à de puissants groupes d'investis-

sement (GoldenTree, Ardian, KKR et Alpinvest) dont la vocation est plus ou moins de "réaliser". Mais cette fois la presse belge a repris la rumeur et l'enseigne a dû réunir un conseil d'entreprise pour rassurer les syndicats. Non, il n'y a pas d'offre pour racheter ces enseignes qui dégagent plus de 800 M€ par an. Finalement, le DG de Brico Belgique, Patrick Vandenberghe, a confié à l'*Echo* que des négociations pour des achats communs avec Leroy Merlin et Castorama avaient bien eu lieu par le passé, en 2022 et plus récemment «en septembre dernier, lorsque nous avons entamé une collaboration sur les achats avec Leroy Merlin», a expliqué le CEO de Brico. Selon nos informations, un contrat récent existerait en effet entre Adeo et Maxeda pour faire pro-

fiter à ce dernier de certaines marques propres Adeo dont Naterial ou Dexter aux «prix bas permanents».

Partie remise ?

Ce n'est pas la première fois que Maxeda source avec ou auprès d'autres confrères et il apparaît d'ailleurs toujours comme l'un des alliés d'Arena pour la marque d'appel Go/On. Donc Adeo vend à Brico mais ne l'achète pas... en tout cas pour l'instant. Bien sûr, si un jour Adeo décide de s'agenouiller bague à la main devant la belle Maxeda, ils auront déjà ces MDD ensemble. Ils auront fait "Pâques avant Rameaux" ! De son côté, Adeo a matérialisé récemment son offre de MDD à d'autres distributeurs en lançant son site plateforme baptisé Xtend Adeo



Group (cf. ci-dessous).

Rappelons que Maxeda affiche 138 magasins Brico (dont 81 en franchise) et 14 BricoPlanit en Belgique, ce qui représenterait environ 40 % du marché belge

du bricolage et un peu plus de la moitié des ventes de Maxeda qui possède aussi Praxis en Hollande. Les concurrents directs de Maxeda en Belgique sont les enseignes Gamma et Hubo. ●

ÉTUDE HABITAT/BRICO

Les intentions des Français pour 2024

Selon l'étude Profil 2024 menée en ligne du 24 novembre au 7 décembre 2023 auprès d'un échantillon représentatif de 6000 ménages, les intentions d'achat des Français pour équiper leur maison progressent de 6% en un an.

lorsqu'il est abîmé ou en panne plutôt que d'en acheter un neuf. Enfin, plus de la moitié des Français (51,5%) sont pour privilégier la fabrication locale quitte à payer plus cher et ils sont autant à acheter des produits de fabrication écoresponsable pour leur logement (54,2%).

Selon IPEA, 18 millions de ménages envisagent de faire des achats pour leur maison, avec une priorité pour l'isolation, les fenêtres (+83,3%) les systèmes de chauffage (+42%). La cuisine obtient également un arbitrage plus favorable en 2024 avec 3,2 millions de ménages qui envisageant un achat pour cette pièce (+23%). L'aménagement du jardin est également bien placé dans ces intentions...

Côté travaux, près de la moitié des propriétaires de maison se lanceront dans des travaux en 2024 (47%). Des travaux simples comme la pose de papier peint ou la peinture des murs (21 % des ménages). Puis en deuxième position, on retrouve les travaux d'isolation intérieure et extérieure.

Les réparations en vogue

34% des ménages qui envisagent de s'équiper en 2024 sont prêts à recourir à la seconde main pour au moins un de leurs achats, alors qu'ils étaient 29% en 2023. Cela concerne principalement les meubles (table, chaise, bureau...) et le matériel de sport.

Ils préfèrent également réparer plutôt que jeter et remplacer leurs équipements. 82,7% des Français déclarent préférer réparer un meuble ou un électroménager

Le chauffage... oui, mais financé

Côté aide au financement, il concerne en premier lieu le système de chauffage (40,2% des futurs acheteurs), puis la climatisation (39,8%) et l'achat de canapés et fauteuils (34,5%). L'étude montre que les consommateurs privilégient des petites mensualités, avec un allongement de la durée de leur financement. C'est majoritairement le cas pour l'achat de fenêtres (43,3%). D'autres préféreront diminuer le montant de leurs achats. C'est le cas pour l'achat de domotique (50%), d'un dressing (42,9%) ou de l'isolation du logement (41,2%).

Cette étude toujours passionnante montre que le Web et l'omnicanalité sont essentiels. Le parcours d'achat «démontre à plus de 80% en ligne», même si les Français privilégient très largement l'achat en magasin pour aménager leur logement pour 2024. ●



FACTEUR X

Adeo lance Xtend et vise le monde !

C'est l'extension du domaine de la MDD ! Adeo crée un véritable booster mondial pour ses marques avec Xtend qui vise tous les distributeurs de brico ou jardin dans le monde intéressés par ses Dexter, Naterial, Sensea Equation, etc. Et il y a déjà des clients !



y a pris goût et s'est dit qu'il n'y avait pas de raison de ne pas partager ces produits "positifs" aux antipodes.

Ainsi Bunnings en Australie ou encore Promart au Pérou seraient déjà clients, bénéficiaires de certaines références. Maxeda profite d'un accord de MDD avec Adeo et c'est de là que viendrait d'ailleurs l'origine des rumeurs (infondées) de reprise des magasins belges Brico et BricoPlanit par Leroy Merlin. C'est vrai que trouver du Dexter sur le site

de Brico, ça peut troubler... Quoi qu'il en soit, le partage de ces marques, s'il ne peut sans doute pas fonctionner sur toutes les références dans le monde entier, paraît très malin. Bien sûr, cela fait penser à l'alliance Arena, la centrale commune à des Bricomarché, Haguenau, Jumbo et d'ailleurs Maxeda... sauf que c'est pour une marque de premier prix Go/On qui n'est pas du tout le positionnement des MDD Adeo. Et puis là, il n'y a pas d'alliance mais bien un groupe qui fournit pour des clients. Un groupe qui met en avant son expérience produits, de la data pour marketplaces, des études consommateurs. C'est fait par un distributeur qui est quand même l'un des leaders mondiaux pour des distributeurs ! Chaque client gagné, GSB ou jardinerie, permettra sans doute d'améliorer pour tous les conditions d'achat. Et dans ce bas monde, où il arrive que des régions ne soient plus accessibles à cause de conflits... c'est une autre manière de massifier et de grossir. Et des volumes énormes pourraient être commandés ! ●

LES MARQUES D'XTEND

Voici les marques propres Adeo, proposées sur Xtend

Inspire (luminaire/déco), Naterial (mobiliers de jardin), Luxens (déco peinture), Artens (revêtement mur et sol), Sterwings (outillage jardin), Lexman (matériel électrique), Equation (ventilation), Naterial, Geolia (équipement de jardinier), Spaceo (placard, rangements), Sensea (salle de bains), Delinia (cuisine), Dexter (outillage à main) etc.

SCREWFIX

Le vingt... sans modération

Faut suivre ! Voilà Screwfix déjà à vingt magasins avec l'ouverture de trois nouveaux magasins à Mondeville (649 m²), en Normandie, et dans le Nord à Seclin (500 m²) et Loison-sous-Lens (750 m²). La mini-enseigne de Kingfisher avance à marche forcée et aux dires de certains

directeurs de GSB... n'est pas sans effet dans le bassin de concurrence où elle se pose. Rappelons que Screwfix vise autant les particuliers et que les professionnels avec une offre outillage, quincaillerie, peinture, vêtements de travail, électricité et plomberie. ●



OBJECTIF 200 000

MaPrimeRénov' : bilan et ambitions

En 2023, MaPrimeRénov' a permis la rénovation énergétique de 569 000 logements, évitant ainsi l'émission de quelque 5,3 tonnes de CO₂ depuis 2020. Le nombre de rénovations d'ampleur continue de croître : 71 613 rénovations d'ampleur (en hausse de 12,5%), dont le gain énergétique moyen est de

54,3%. C'est d'autant plus vrai pour les copropriétés dont les résultats progressent chaque année depuis trois ans. 30 167 logements ont ainsi bénéficié de MPR Copropriété (+ 16 %). L'objectif 2024 est de 200 000 rénovations d'ampleur et 500 000 logements décarbonés. ●

MaPrimeRénov'



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
Dans vos régions		
35 Rennes	Du 9 au 11 février 2024	Viving, le salon de l'habitat et de l'immobilier ouvrira ses portes à Parc Expo.
56 Lorient	Du 16 au 18 février 2024	Viving, le salon de l'habitat et de l'immobilier ouvrira ses portes au Parc Expo du Pays de Lorient.
35 Saint-Malo	Du 15 au 17 mars 2024	Viving, le salon de l'habitat et de l'immobilier ouvrira ses portes au Quai Saint-Malo.
59 Lille	Du 15 au 17 mars 2024	Viving, le salon de l'habitat et de l'immobilier ouvrira ses portes à Lille Grand Palais.
29 Brest	Du 15 au 18 mars 2024	Viving, le salon de l'habitat et de l'immobilier ouvrira ses portes à Brest Expo, Parc de Penfeld.
56 Vannes	Du 16 au 18 mars 2024	Viving, le salon de l'habitat et de l'immobilier ouvrira ses portes au Parc des Expositions Chorus.
59 Lille	Du 10 au 12 avril 2024	Norbat ouvre ses portes à Lille Grand Palais.

Vos salons et événements nationaux

69 Lyon	Du 6 au 9 février 2024	Eurobois, salon dédié à l'industrie du bois et de l'ameublement, accueille les fabricants de meubles, ébénistes, menuisiers, fournisseurs et distributeurs de machines et d'outils pour le travail du bois... à Eurexpo Lyon.
75 Paris	du 16 au 18 mars 2024	Franchise Expo Paris, l'événement incontournable de l'entrepreneuriat en France, se déroulera à la Porte de Versailles, Hall 1.
13 Marseille	Du 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

Belgique	Du 3 au 5 et du 9 au 14 février 2024	Batimons, le salon de la construction, de la rénovation et de la décoration, accueille ses visiteurs à Mons.
Royaume-Uni	Du 4 au 7 février 2024	Spring Fair Birmingham ouvre ses portes au NEC de Birmingham.
Belgique	Du 25 au 26 février 2024	Anido, salon professionnel bisannuel pour le secteur de l'animalerie du Benelux et du nord de la France ouvrira ses portes à Courtrai Expo.
Belgique	Du 26 au 27 février 2024	DIY Pro&Garden, salon destiné aux professionnels des secteurs du bricolage et de la jardinerie, ouvrira ses portes à Courtrai Expo.
Allemagne	Du 3 au 4 mars 2024	Eisenwarenmesse, le salon de la quincaillerie, se déroulera au Centre des Expositions de Cologne (Kolnmesse).
Allemagne	Du 3 au 8 mars 2024	Light+Building se tiendra au Parc des Expositions de Francfort.
France	Du 8 au 10 mars 2024	Expozoo & paris Animal Show ouvrira ses portes au Parc Floral à Paris.
France	Du 10 au 18 mars 2024	Franchise Expo Paris accueillera ses visiteurs au Hall 1 de la Porte de Versailles à Paris.
France	Du 22 au 24 mars 2024	Barbecue Expo accueillera ses visiteurs au Parc Floral de Paris.
Royaume-Uni	Du 25 au 24 mars 2024	National Homebuilding & Renovating Show, le salon de la construction de la maison et de la rénovation ouvrira ses portes au National Exhibition Center à Birmingham.
Allemagne	Du 7 au 10 mai 2024	Interzoo, le salon dédié aux professionnels de l'animalerie, tiendra place au Centre des Expositions de Nuremberg.
Allemagne	Du 16 au 18 Juin 2024	Spoga gafa, le salon du jardin et du barbecue, accueillera ses visiteurs professionnels au Centre d'Exposition de Cologne.
Royaume-Uni	Du 11 au 12 juin 2024	Exclusively Housewares London aura lieu au Business Design Center de Londres.
Royaume-Uni	Du 25 au 27 juin 2024	Le Glee, salon international du jardinage, prendra place au National Exhibition Center à Birmingham.
Allemagne	Du 6 au 8 juillet 2024	TrendSet München, le salon dédié à la décoration et l'équipement d'intérieur, aura lieu à Munich.

MASTIC D'ÉTANCHÉITÉ



Joint Rubson

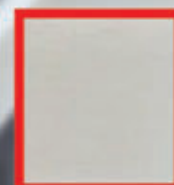


Joint basique silicone acétique



MOUSSE EXPANSIVE

Densité maximale
Mousse Rubson multi-usages



Densité moyenne
Marque B



L'ÉVÈNEMENT
SUPÉRIORITÉ PRODUIT

Rubson

A PARTIR DE
JANVIER 2024

ABSORBEUR D'HUMIDITÉ



MASTIC D'ÉTANCHÉITÉ RE-NEW



JOUEZ EN MAGASIN ET TENTEZ DE GAGNER

**LE REMBOURSEMENT DE
VOTRE FACTURE D'ÉLECTRICITÉ***

*Voir modalités en magasin, 75€ ou 150€ remboursés

Bienvenue dans une maison saine



SUPPLÉMENT D'ÂME

Teract devient société à mission... tout un programme

Comme botanic®, Teract devient société à mission, ce qui lui donne «*désormais les moyens de déployer concrètement les trois axes de sa stratégie RSE et les huit engagements et objectifs à réaliser d'ici 2030 qui en découlent*», explique le groupe.

Concrètement, le développement du groupe se fera autour de la construction d'une offre de produits et services sains et responsables, de la conduite des activités selon les pratiques respectueuses du bien-être des Hommes et de l'environnement et enfin de la mobilisation des collaborateurs et des parties prenantes sur les territoires pour atteindre l'ambition sociétale du groupe et répondre aux nouvelles attentes de consommation.

Pour les années à venir, les principaux objectifs et engagements issus de cette démarche sont : **D'ici à 2025 :**

- 50 % des managers issus de la promotion interne (14,7 % en 2022-2023).
- 50 % d'accidents du travail en moins par rapport à 2020.
- 90 % du végétal à marque propre exclusive issu de production française hors serre chaude (83 % en 2022-2023) et 50 % de végétaux issus d'engagements filières (43 % en 2022-2023).
- 80 % de marques propres exclusives à impact positif (54,4 % en 2022-2023).

Le périmètre des indicateurs 2022-2023 n'inclut pas les entités intégrées depuis le 1^{er} décembre 2022 : Boulangerie Louise et Grand Marché La Mar-



nière. Il sera étendu pour le prochain exercice 2023-2024.

Puis d'ici à 2030 :

- 10 % d'économie en eau par rapport à 2022-2023.
- 100 % des magasins labellisés bien-être animal (35 % en 2022-2023).
- 70 % des déchets triés et valorisés (59 % en 2022-2023).
- - 46 % d'émissions de gaz à effet de serre vs 2019-2020 (scope 1 et 2) (- 47,6 % en 2022-2023). L'objectif de réduction est déjà atteint sur le périmètre Jardinerie/Animalerie grâce à l'efficacité du plan pluriannuel d'efficacité et de sobriété énergétique de Teract. ●

QUEENFISHER

Bientôt la première promo!

Pour faire émerger les talents féminins, Brico Dépôt et Castorama France se sont associées à Chance à travers la mise en place d'un programme lancé le 6 juillet dernier sur une durée de huit mois pour permettre à une première promotion de collaboratrices de bénéficier de sessions personnalisées, d'ateliers collectifs et de rencontres

métiers. Objectif : acquérir une meilleure connaissance de soi-même, augmenter sa confiance en soi, affirmer un projet de carrière clair, réaliser un plan d'action détaillé pour y parvenir. L'objectif pour Kingfisher est d'atteindre 40 % de femmes cadres et 35 % de femmes à des postes de management senior à l'horizon 2025. ●



Vite!

LE CLAN DES LEROY MERLIN
1^{er} showroom
en Sicile



Ça baigne pour Leroy en Sicile avec l'ouverture, à Trapani, d'un showroom Salle de Bains après les ouvertures en 2023 de Rome, Milan et Florence.

NOUVEAU

Valobat se recycle aussi dans le brico jardin

L'éco-organisme connu dans le secteur du bâti annonce avoir décroché les agréments pour les REP Déchets d'Éléments d'Ameublement (DEA) et Articles de Bricolage et de Jardin (ABJ)... et recrute des adhérents.



ARTISANS, ON VOUS AIME!

Campagne de com' Tout Faire

Un discobole nu avec casque de chantier ! La nouvelle campagne de communication Tout Faire devrait faire parler d'elle. Et surtout faire parler des artisans, ce qui est bien l'objectif premier du groupement, en leur rendant hommage la veille des Jeux Olympiques de Paris 2024.

En s'associant au photographe François Rousseau, auteur de quatre éditions du calendrier Les Dieux du Stade, la campagne rebondit sur l'actualité sportive des JO 2024 pour sublimer, dans leur plus simple appareil, de vrais artisans, façon athlètes. Alioune, Hossein, Maeva, Matthias et Pierre-Frédéric prêtent ainsi leur visage et donnent corps au message « Célébrons les artisans ». Une campagne volontairement décalée pour mieux revaloriser ces métiers, ces compétences, ces talents « dont on va avoir besoin pour relever les défis du Bâtiment et les enjeux environnementaux », réaffirme Charles-Gaël Chaloyard, le directeur



général de Tout Faire. La campagne d'affichage comprendra 450 panneaux apposés sur et dans les points de vente et une campagne virale sur les réseaux sociaux qui débute avec un film qui a rendu hommage à ces entrepreneurs, le 19 janvier.

« Un métier passion »

Une campagne mais aussi une étude de la perception qu'ont les Français des artisans. « Nous avons voulu confronter nos propres convictions à la perception qu'ont les Français des artisans du Bâtiment et la perception que ces artisans ont d'eux-mêmes », précise Charles-Gaël Chaloyard. « Certains chiffres ont



été pour nous une véritable surprise », relaie Cédric Fabien, son président. Par exemple, 70 % des particuliers répondants disent avoir une bonne image des artisans. Ils estiment qu'ils sont importants voire essentiels pour la préservation du patrimoine, la beauté des villes et des villages, et constituent un poumon de

l'économie. Et pourtant, à l'inverse, seulement 37 % des artisans pensent que les Français ont une bonne perception d'eux. « Les artisans ont tendance à dévaloriser la perception que l'on a d'eux », regrette Cédric Fabien. Ce n'est sans doute pas un hasard puisque 67 % des Français pensent que les métiers du Bâtiment sont peu reconnus. Et certaines idées reçues ont encore la vie dure. Ainsi, compétences physiques requises plus que mentales et pénibilité sont encore rattachées à ces professions. Sur ce point, l'étude amène une deuxième surprise, révélant que 72 % des artisans choisiraient à nouveau leur métier s'ils revenaient en arrière. « Nous voulons redonner confiance à une profession qui se sent dévalorisée, en célébrant ces athlètes du quotidien », résume Charles-Gaël Chaloyard. En écho, Cédric Fabien conclut : « Il nous a paru urgent de prendre la parole pour dire aux artisans tout le bien que l'on pense d'eux. » ●

Marie-Laure Barrieria

RÉSULTATS

L'Entrepôt du Bricolage file un coup de pouce à Samse

L'activité bricolage du groupe Samse termine positivement l'année, à +2,4 %, alors que la partie négoce, qui représente 80 % de son CA, chute de 2,6 % à données comparables. Décryptage.

Après trois trimestres successifs en repli, le groupe grenoblois enregistre un quatrième trimestre avec un chiffre d'affaires consolidé à 443 M€, en baisse de 4,8 % vs le T4 2022 (-6,3 % à périmètre comparable). Au final, le groupe finit l'année sur une baisse de 1,2 % et repasse sous les 1,9 Md€ de CA sur un marché des matériaux de construction qui continue de s'éroder. Seule l'activité bricolage reste dans le vert. En 2023, les négoce du groupe Samse auront plus souffert que sa branche bricolage. La baisse entamée dès le deuxième trimestre (à -4,4 %) s'est accen-



tuée au dernier trimestre, en retrait, pour sa part, de 7,6 % à périmètre comparable. Mais « depuis début octobre dernier, la société gémoise, principalement basée en région parisienne, contribue positivement au chiffre d'affaires du groupe », précise le distributeur dans son communiqué financier publié ce 25 janvier. Résultat : l'activité négoce (343 M€) n'est plus en retrait "que" de 5,6 % au T4. Quant au bricolage, les ventes (100 M€)

reculent de 1,8 %. Mais après trois trimestres de progression, le quatrième a connu un recul de 1,8 %, un peu à l'image du marché du bricolage en général. Sur l'année, les ventes réalisées par l'Entrepôt du Bricolage, puisque c'est bien de cette enseigne qu'il s'agit, sont restées bien orientées (à +2,4 %) sur un marché en recul de 1,4 %, déclare Samse, après avoir reconstitué l'année sur la base des indices de la Banque de France. Rappelons

que ces chiffres restent sujet à caution...

Brico...ptimiste

Sur l'ensemble de l'exercice 2023, le chiffre d'affaires du groupe Samse s'est affiché à un peu moins de 1,9 Md€, en diminution modérée de 1,2 % (-1,6 % à périmètre comparable) comparé à une année 2022 exceptionnelle. « Cette baisse tient compte d'une inflation toujours positive sur 2023, même si elle tend à se résorber fortement sur la fin de l'exercice », selon le communiqué. Dans le détail, le pôle négoce a enregistré une baisse de 2,1 % (-2,6 % en comparable) par

rapport à 2022 pour s'établir à 1,48 Md€. Si les perspectives 2024 restent « assez pessimistes » dans le neuf, elles semblent « plutôt bien orientées sur le marché du bricolage et de la rénovation », rappelle le groupe isérois, qui entend « poursuivre la stratégie de développement géographique de son réseau ». Avec une nouvelle carte en main dévoilée fin 2023: la poursuite des négociations exclusives pour le rachat des négoce du groupe Hérige: VM Matériaux, LNTP et Cominex (axé sur les aménagements urbains et pay-sagers). ●

Stéphane Vigliandi

	ACTIVITE NEGOCE			ACTIVITE BRICOLAGE			TOTAL GROUPE		
	2023	2022	% Evol.	2023	2022	% Evol.	2023	2022	% Evol.
1 ^{er} trimestre	389,8	365,4	6,7	92,5	88,6	4,4	482,2	454,0	6,2
2 ^e trimestre	418,8	438,0	-4,4	112,2	106,7	5,1	531,0	544,7	-2,5
3 ^e trimestre	330,4	347,1	-4,8	102,4	100,4	1,9	432,8	447,5	-3,3
4 ^e trimestre	343,3	363,7	-5,6	100,0	101,9	-1,8	443,3	465,6	-4,8
Total	1 482,3	1 514,2	-2,1	407,1	397,6	2,4	1 889,3	1 911,8	-1,2

INTERNATIONALE
EISENWARENMESSE
KÖLN

WWW.EISENWARENMESSE.COM

WORK HARD!
ROCK HARD!

EISENWARENMESSE –
INTERNATIONAL HARDWARE FAIR
Cologne, 3 – 6 March 2024

SECURE YOUR TICKETS NOW!

koelnmesse

Salons de Cologne, 12 rue Chernoviz, 75782 Paris cedex 16,
Tél. 01 45 25 82 11, koelnmesse@francoallemmand.com

Baromètre Zepros/Vasano des avis clients par trimestre et par enseigne

Voici une nouvelle rubrique de *Zepros Habitat* que vous retrouverez à chaque numéro grâce à notre partenaire Vasano. Avec eux, nous allons nous connecter aux clients et mesurer leur avis laissés sur Google. Cette veille vous permettra aussi de comparer vos taux de réponses par rapport à ceux de vos concurrents.

Pour cette première, nous vous livrons le quatrième trimestre 2023 sur trois secteurs : jardinerie, bricolage/GSB et négoce... avec comme bonus le bilan de l'année 2023.

JARDIN

MARQUES	NB ÉTAB	NB AVIS À DATE	% AVIS	NOTE MOY. À DATE	NB AVIS <12M	% AVIS T4 2023	NOTE MOY. <12M	ECART (%)	TX RÉPONSES T4 2023	TAUX DE RÉPONSE 2023	ÉVOLUTION TAUX DE RÉPONSE
TRUFFAUT	62	177 017	24,82 %	4,18	5 753	37,93 %	4,46	6,92 %	89,76 %	67,54 %	↗ 32,90 %
POINT VERT LE JARDIN	13	2 677	0,38 %	4,17	59	0,39 %	4,41	5,70 %	86,44 %	53,48 %	↗ 61,63 %
ESPACE EMERAUDE	58	11 163	1,56 %	4,06	296	1,95 %	4,40	8,24 %	59,46 %	52,71 %	↗ 12,80 %
BOTANIC	75	128 734	18,05 %	4,10	2 906	19,16 %	4,35	5,93 %	67,62 %	82,02 %	↘ -17,56 %
MAGASIN VERT	51	28 546	4,00 %	4,10	684	4,51 %	4,33	5,72 %	32,75 %	28,23 %	↗ 16,01 %
DELBAR	31	12 597	1,77 %	4,11	292	1,93 %	4,25	3,50 %	16,78 %	21,99 %	↘ -23,69 %
LA MAISON POINT VERT	8	2 535	0,36 %	4,05	52	0,34 %	4,23	4,46 %	88,46 %	54,47 %	↗ 62,40 %
BAOBAB	15	8 103	1,14 %	4,05	177	1,17 %	4,23	4,26 %	28,81 %	20,82 %	↗ 38,39 %
GAMM VERT	890	130 235	18,26 %	4,12	1 707	11,25 %	4,15	0,89 %	51,14 %	46,23 %	↗ 10,63 %
E.LECLERC JARDI	64	18 901	2,65 %	3,87	550	3,63 %	4,13	6,91 %	83,27 %	80,06 %	↗ 4,01 %
VILLAVERDE	62	57 173	8,02 %	4,03	1 142	7,53 %	4,13	2,49 %	44,48 %	35,80 %	↗ 24,26 %
JARDILAND	155	135 616	19,01 %	4,01	1 549	10,21 %	3,92	-2,29 %	44,29 %	31,92 %	↗ 38,74 %
TOTAL	1 484	713 297	100 %	4,09	15 167	100 %	4,30		67,59 %	57,59 %	↗ 17,36 %

Truffaut confirme sa 1^{re} place annuelle avec 4,46 avec le plus grand nombre d'avis. Son % en volume passe de 25 à 38% sur la période. On a séparé Point Vert La Maison et Magasin Vert. botanic® passe en 4^e position car Espace Emeraude ne faisait pas partie de la sélection (- 60 pdv). Gamm vert, lui, passe de 18% sur l'année à 11% sur la période T4. Idem pour Jardiland.

BRICOLAGE

MARQUES	NB ÉTAB	NB AVIS À DATE	% AVIS	NOTE MOY. À DATE	NB AVIS <12M	% AVIS T4 2023	NOTE MOY. <12M	ECART (%)	TX RÉPONSES T4 2023	TAUX DE RÉPONSE 2023	ÉVOLUTION TAUX DE RÉPONSE
WELDOM	226	136 735	7,87 %	4,19	4 673	9,99 %	4,49	7,26 %	84,42 %	85,95 %	↘ -1,78 %
LA MAISON.FR	136	19 444	1,12 %	4,20	541	1,16 %	4,30	2,43 %	95,93 %	98,17 %	↘ -2,28 %
BRICONAUTES	81	13 531	0,78 %	4,13	369	0,79 %	4,22	2,19 %	39,02 %	46,06 %	↘ -15,27 %
BRICOMARCHE	458	224 961	12,95 %	3,92	7 844	16,77 %	4,20	7,21 %	22,09 %	28,53 %	↘ -22,56 %
LEROY MERLIN	155	546 975	31,49 %	3,88	15 855	33,90 %	3,99	2,79 %	61,41 %	61,77 %	↘ -0,58 %
BRICO DEPOT	124	243 219	14,00 %	3,88	5 788	12,37 %	3,98	2,68 %	99,17 %	99,18 %	↘ -0,01 %
TRIDOME	12	16 123	0,93 %	3,60	488	1,04 %	3,97	10,37 %	4,92 %	6,52 %	↘ -24,57 %
BRICORAMA	99	91 728	5,28 %	3,75	1 930	4,13 %	3,91	4,30 %	32,18 %	40,88 %	↘ -21,29 %
MR.BRICOLAGE	296	102 158	5,88 %	3,89	1 715	3,67 %	3,89	-0,02 %	54,58 %	59,29 %	↘ -7,95 %
E.LECLERC BRICO	61	30 033	1,73 %	3,64	513	1,10 %	3,78	3,75 %	81,87 %	80,35 %	↗ 1,89 %
CASTORAMA	98	288 121	16,59 %	3,72	6 611	14,13 %	3,77	1,46 %	98,00 %	96,19 %	↗ 1,89 %
BRICO CASH	43	24 055	1,38 %	3,71	449	0,96 %	3,77	1,65 %	41,20 %	40,68 %	↗ 1,28 %
TOTAL	1 789	1 737 083	100 %	3,94	46 776	100 %	4,04		65,17 %	66,64 %	↘ -2,21 %

Comparatif du T4 2023 à l'année 2023. Le podium de tête ne change pas avec une augmentation des notes sur la période pour Weldom LaMaison.fr. Les Briconauts conservent la même note que celle de sa moyenne annuelle. Leroy Merlin progresse d'une place avec une note sur T4 à 3,99, pour 3,97 sur l'année 2023. Brico Dépôt est le seul qui connaît une baisse de note, à 3,98 sur T4 vs 4,01 pour l'ensemble de l'année 2023.

MARQUES	NB ÉTAB	NB AVIS À DATE	% AVIS	NOTE MOY. À DATE	NB AVIS <12M	% AVIS T4 2023	NOTE MOY. <12M	ECART (%)	TX RÉPONSES T4 2023	TAUX DE RÉPONSE 2023	ÉVOLUTION TAUX DE RÉPONSE
GEDIMAT	392	21 694	14,78 %	4,24	1 838	34,81 %	4,65	9,67 %	44,72 %	50,60 %	↘ -11,62 %
BIGMAT	267	14 646	9,98 %	4,27	419	7,94 %	4,56	6,63 %	57,04 %	67,95 %	↘ -16,06 %
TOUT FAIRE	253	12 989	8,85 %	4,37	321	6,08 %	4,48	2,54 %	25,23 %	26,08 %	↘ -3,25 %
GEDIBOIS	41	1 735	1,18 %	4,27	93	1,76 %	4,39	2,84 %	78,49 %	62,31 %	↘ 25,97 %
CHAUSSON MATERIAUX	432	15 926	10,85 %	4,19	376	7,12 %	4,29	2,32 %	5,05 %	37,30 %	↘ -86,45 %
CHAMPION	17	1 015	0,69 %	4,18	28	0,53 %	4,29	2,62 %	57,14 %	65,69 %	↘ -13,01 %
POINT.P	786	59 582	40,58 %	4,14	1 856	35,15 %	4,26	3,06 %	72,47 %	86,00 %	↘ -15,74 %
BRICOLEX	14	4 788	3,26 %	4,12	124	2,35 %	4,23	2,73 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %
POULLAIN	6	5 413	3,69 %	4,05	119	2,25 %	4,02	-0,82 %	48,74 %	51,74 %	↘ -5,80 %
BRICO PRO	22	2 197	1,50 %	4,26	44	0,83 %	3,91	-8,22 %	11,36 %	21,86 %	↘ -48,02 %
LA PLATEFORME DU BATIMENT	66	6 837	4,66 %	4,28	62	1,17 %	3,73	-12,86 %	100,00 %	100,00 %	0,00 %
TOTAL	2 296	146 822	100 %	4,21	5 280	100 %	4,42		51,57 %	59,97 %	↘ -14,01 %

La comparaison des résultats de T4 2023 avec le classement annuel 2023 est particulièrement intéressante ! Gedimat confirme sa place de n° 1 du secteur avec une note trimestrielle de 4,65, alors que sur l'année elle n'est que de 4,51. En revanche, les places s'inversent entre Tout Faire (n° 2 en 2023) et Bigmat (n° 3). Bigmat passe de 4,39 à 4,56 sur T4 2023... Il se passe des choses chez Bigmat au niveau de la gestion de sa e-réputation. Les autres enseignes sont en dessous de la moyenne du secteur (4,42).

MÉTHODOLOGIE

Ce palmarès s'appuie sur l'étude exhaustive et impartiale de 9,58 millions de notes et avis sur les points de vente des enseignes en réseau, publiés par les consommateurs sur leur fiche Google Business Profile. L'analyse porte sur les évaluations publiées sur Google entre le 1^{er} janvier et 31 décembre 2023. Ne sont pas pris en compte dans le classement :

- Les établissements dont la fiche Google ne contient pas une adresse identifiable en France ou ne stipule aucune note.
- Les points de vente d'un même réseau dont l'activité déclarée sur leur fiche Google diffère significativement du secteur principal de la marque, lequel est défini par le plus grand nombre d'établissements qui le mentionnent.
- Les marques dont le nombre d'établissements est inférieur à plus de la moitié du volume moyen de magasins des autres réseaux dans le secteur d'activité considéré.

CE SONT LES CLIENTS QUI LE DISENT !

Selon les avis de 60 000 consommateurs sur des enseignes de brico jardin, les gagnants sont...

Weldom, Castorama, Brico Dépôt, Truffaut ou encore E.Leclerc. Voici les grands gagnants de l'étude sémantique des fiches Google Business Profile de neuf grands réseaux dans l'univers du bricolage et du jardinage. Quelque 60 000 avis clients, récoltés entre mai et juillet 2023 ont ainsi été analysés par le baromètre « La Voix des Clients ».

Vasano s'intéresse au secteur brico-jardin depuis 2023 et a déjà participé à la table ronde sur l'expérience client organisé par Zepros Habitat. Deux points importants sautent à la figure : Leroy Merlin n'est en tête dans aucune catégorie présentée ici. En revanche, Weldom gagne plusieurs fois, signe de la qualité de l'enseigne, mais également de sa grande activité dans sa relation client qui porte ses fruits. Il est vrai que Weldom sollicite beaucoup ses clients sur leurs retours...

Des notations en dessous des attentes

Malgré ce très bon engagement, le secteur « affiche une note moyenne légèrement inférieure à la moyenne générale sur Google, avec 4,10 étoiles sur 5, contre 4,12 pour l'ensemble des autres activités », explique Vasano, attribuant ce léger écart à des facteurs économiques tels que la baisse du pouvoir d'achat et une diminution des transactions immobilières en 2023.

Accompagnement et conseil : Casto devant

Les clients des magasins de bricolage et de jardinage expriment un besoin marqué de conseil et d'accompagnement. Les enseignes répondent globalement bien à cette attente, avec 75 % d'avis positifs dans ce domaine. Castorama se distingue particulièrement, avec 86 % d'avis positifs, suivi de près par Leroy Merlin et E.Leclerc Brico.

Choix et qualité des produits : satisfaction client élevée

Le choix et la qualité des produits sont des critères essentiels pour les clients des enseignes de bricolage et de jardinage, avec un taux de satisfaction de 82 %. Weldom mène la danse avec 94 % de ressentis positifs, suivi par Leroy Merlin et Bricomarché. En revanche, certaines enseignes comme Mr.Bricolage, Castorama et E.Leclerc Brico se trouvent en deçà de la moyenne du secteur.

Prix : Brico Dépôt et E.Leclerc... logiquement

Les avis recueillis montrent que les clients jugent les prix pratiqués par les GSB et jardineries de façon positive. La tarification reçoit une appréciation plutôt positive, avec 69 % d'avis favorables. Ce chiffre suggère une acceptation générale des prix pratiqués par les enseignes, malgré un marché concurrentiel.

La concurrence fait sans doute son effet. À ce jeu toutefois, c'est Brico Dépôt qui gagne et E.Leclerc secteur jardin.

Axes d'amélioration : organisation, livraison et SAV

De tous les domaines avisés par les clients, ce sont ceux des SAV et livraison brico-jardin qui recueillent le plus de ressentis négatifs. L'organisation des



caisses est ainsi critiquée dans 55 % des avis, en particulier chez Castorama, Leroy Merlin et Brico Dépôt. Les délais de livraison et de retrait de marchandise ainsi que le service après-vente et les garanties sont également des points faibles, avec respectivement 59 et 80 % de ressentis négatifs. ●

À propos de Vasano

Créé en 2022, Vasano est un spécialiste du pilotage de la relation client. La start-up édite une plateforme d'audit et d'analyse de la e-réputation Google, qui collecte, compile et analyse les notes et commentaires déposés sur les fiches Google Business Profile. Ses solutions aident les grands réseaux d'enseignes physiques à mesurer la satisfaction de leurs clients et la préférence de leur marque. Grâce à ses outils d'analyse, Vasano publie chaque mois un classement sectoriel (podium) des enseignes en réseaux : assurance, automobile, banque, GSM, immobilier... L'éditeur a compilé à ce jour plus de 42,5 millions d'avis sur 215 000 établissements en France.



30 JOURS dans vos REGIONS

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

contact-habitat @zepros.fr



18 | VIERZON

Brico Dépôt ouvre ses portes

Le comble pour une enseigne de discount, c'est d'ouvrir dans le Cher. Oui, c'est un peu facile, mais en début d'année... on a le droit ! À la différence de Cahors, la cour de matériaux passe également en zone de vente, nous signale Brico Dépôt... Une V2 du test 1000 m² de LS qui a obligé le magasin à disposer d'un accord CDAC.

« Tu as voulu voir Vierzion tu as vu Cahors, tu as voulu voir Cahors tu as vu Vierzion », avec le concept initial modifié. Le magasin de Vierzion dispose certes d'un magasin libre-service de moins de 1000 m², mais la cour matériaux, elle aussi, permet aux clients d'acheter *in situ* (contrairement au modèle de Cahors), ce qui fait passer le magasin à plus de 1000 m² de surface de vente et a conduit au final l'en-

seigne à bien disposer d'une CDAC, différence fondamentale avec le magasin de Cahors ! On verra donc bien la différence de chiffre d'affaires entre les deux tests. Un vrai comparatif ! Il est possible que le groupe module entre les deux concepts selon les difficultés ou non à obtenir les sésames immobiliers.

Espace projets

Sinon, on est entre un Screwfix et un Brico Dépôt normal. Plus près du second quand même, avec sur une surface intérieure LS de moins de 1000 m², « 99% de la gamme de Brico Dépôt en quantité chantier, le reste des produits étant disponible sur commande sous huit à dix jours. L'implantation de trois zones distinctes rend l'expérience client plus facile, explique l'enseigne,

ces derniers n'ayant pas à parcourir le dépôt en transportant des matériaux volumineux et lourds. Ces produits pourront par ailleurs être directement chargés dans leur véhicule par les collaborateurs de l'enseigne. » Oui, car outre la zone LS (électricité, plomberie, quincaillerie, éclairage et petit outillage), un espace projets, une machine à teinter et des bornes digitales, le magasin compte une zone de retrait des produits, où les collaborateurs préparent les commandes et le client retire ses produits volumineux : pots de peinture, gros outillage ou produits de réalisation des projets cuisine, salle de bains et dressing. Le retrait pourra également se faire sur l'une des quatre bornes drive du dépôt (pour les commandes en ligne).

L'environnement au cœur du débat

L'ensemble du dépôt bénéficie également d'étiquettes électroniques : ainsi, lors d'une préparation de commande, l'étiquette clignote sur le produit suivant pour optimiser le délai de préparation des collaborateurs. À noter que l'ouverture de ce magasin s'est traduite par le recrutement de vingt-deux collaborateurs, avec l'aide du Pôle Emploi local. Le modèle compact a été décrié



par la concurrence, qui reprochait à Kingfisher de s'affranchir des obligations environnementales inhérentes aux magasins avec CDAC. Sur ce magasin (qui dispose d'une CDAC), Brico Dépôt répond en rappelant ses « engagements en faveur de l'environnement », avec notamment

« l'installation d'un éclairage "full LED" et l'équipement d'un rooftop électrique alimenté par une pompe à chaleur pour le chauffage et la climatisation ». Par ailleurs, un revêtement de sol drainant a également été mis en place sur la majorité des places de parking disponibles. ●



GRAND OUEST

BRICOMARCHÉ 37 | POCÉ-SUR-CISSE

Le magasin de bricolage a obtenu le label « Commerçant responsable » le 12 janvier dernier. Ce label vise à récompenser les efforts des commerçants par rapport à leur politique environnementale, humaine et leur écoconception. Pour faire simples, les enseignes sont évaluées à partir d'une grille de critères divisée en trois grandes

catégories : l'humain, l'écoresponsabilité et l'intégration dans l'économie locale.

TATA BOTANICA 44 | NANTES



La jardinerie est située en plein cœur de Nantes et se déploie sur 100 m². Aux commandes : Guillaume, un passionné des plantes qui ne se contente pas de proposer quelque 120 variétés de plantes, mais dispense aussi ses bons conseils. La boutique propose également des cache-pots, engrais et accessoires utiles aux jardiniers citadins. À noter : Tata Botanica s'approvisionne direc-

tement auprès des producteurs, ce qui lui permet d'avoir des prix, parait-il, très intéressants.

BRICOMARCHÉ 85 | JARD-SUR-MER

Un avis favorable a été donné par la CDAC du 1^{er} décembre concernant l'extension de 630 m² du magasin de bricolage. Le projet prévoit également la création de trois nouveaux magasins. ●

VOTRE JOURNAL ZEPROS À PORTÉE DE MAIN

UN ABONNEMENT NUMÉRIQUE

Recevez chaque nouveau numéro
dans votre boîte mail

EN AVANT-PREMIÈRE

Recevez votre journal une
semaine avant tout le monde

+ PRATIQUE

Accès illimité et adapté à tous
vos écrans



Pour vous abonner
scannez ici !





IDF - NORD

BRICO DÉPÔT
27 | GRAVIGNY

Un avis favorable a été donné par la CDAC du 15 décembre concernant la création d'un magasin de bricolage d'une surface de vente de 5719 m² ainsi que d'un drive de quatre pistes sur une surface de 151 m².

LA RISLE

27 | PONT-AUDEMER

En 2013, la jardinerie de la Risle fermait ses portes. On apprend, dans la presse locale que les lieux ne resteront pas vides encore longtemps puisqu'une nouvelle jardinerie devrait s'y installer. Des travaux d'aménagement sont en cours, dans le bâtiment de 4100 m², pour permettre une réouverture le 6 mars 2024. C'est la famille Minière, qui détient également le Bricomarché de Pont-Audemer, qui a acheté la jar-

dinerie. La direction en a été confiée à Émile Gumiel, auparavant gérant d'une jardinerie toulousaine. L'acquisition de ce lieu va permettre de délocaliser ici la partie végétation et animalerie du Bricomarché en l'étoffant. Bricomarché va ainsi récupérer 2000 m² de surface commerciale, ce qui va lui permettre de développer sa gamme bois, ainsi que la partie isolation et développement durable, a précisé Émile Gumiel dans le journal L'Éveil de Pont-Audemer.

GAMM VERT

59 | VALENCIENNES

Lors de sa réunion du 30 novembre, la CDAC a donné son accord concernant le projet d'extension de 275 m² (dont 73 m² de régularisation) de surface de vente d'un magasin Gamm vert. Après travaux, celui-ci se déploiera sur 3575 m².

JARDI-PEVELE

59 | CYSOING

Elle n'aura même pas eu le temps de fêter ses trois ans : la jardinière Jardi-Pevele a annoncé qu'elle fermait ses portes au 31 janvier.

JARDI E. LECLERC

59 | BELLAING

Les travaux ne sont pas encore finis, mais l'ouverture se rapproche.

suite P.15



59 | CAMBRAI

Bricomarché lance les Journées de l'occasion



Les magasins se mettent à l'économie circulaire : sur les réseaux sociaux, Bricomarché a salué l'initiative de deux adhérents, Baptiste Lucas et Emmanuelle Chivet, qui ont lancé « Les journées de l'occasion », organisées en octobre dernier. Au pro-

gramme : récolter d'anciens articles de bricolage, jardinage et décoration pour leur donner une seconde vie. Relayée dans la presse locale, l'initiative a séduit les clients. Les produits collectés étaient mis en dépôt-vente au sein d'un espace dédié. Les produits

ont été testés par des experts. Le client qui vendait un objet se voyait remettre un bon d'achat équivalent au prix de l'article vendu. De l'aveu du gérant du magasin, Baptiste Lucas, interrogé par *La Voix du Nord*, ces journées ont été une réussite. ●

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
01 49 98 58 45

zepros
DECLARE D'UTILITE PROFESSIONNELLE

59 | BEAURAIN

Far west dans les rayons

La presse locale a rapporté le braquage d'un magasin sous enseigne Brico Dépôt, dans Boréal Parc, samedi 20 janvier, en début de soirée. Apparemment, plusieurs coups de feu auraient été tirés, vers 19h30, alors que des clients se trouvaient encore dans le magasin. Le sus-

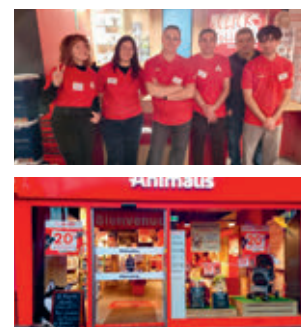
pect a été interpellé par le personnel, puis les policiers, avant d'avoir pu mener à son terme son braquage. L'individu, âgé d'une soixantaine d'années, aurait tenté de partir avec la caisse. Il a été placé en garde à vue. Fort heureusement, personne n'a été blessé. ●



75 | PARIS

Pet de proximité

Animalis reprend du poil de la bête. L'enseigne fondée sous l'égide de Louis Delhaize par Jean-Philippe Darnaut, alors dirigeant de Truffaut (1998), ouvre un quatrième magasin à Paris, rue de la Convention (XV^e arrondissement). Animalis reprend depuis quelques mois... des couleurs en misant sur la proximité. ●



Non loin de l'hypermarché Leclerc, l'enseigne est en train de faire construire une jardinerie-animaillerie dont l'ouverture est programmée pour le mois d'avril.

GAMM VERT**62 | CAMPAGNE-LÈS-HESDIN**

Lu dans la presse locale : les faits ont eu lieu dans la nuit du 10 janvier. L'alarme de la jardinerie s'est déclenchée vers 3h00 du matin, et pour cause : des individus se sont servis d'une voiture comme d'un « bélier » pour pénétrer de force dans la jardinerie. Du matériel a été dérobé. Une enquête a été ouverte par la gendarmerie.

MR.BRICOLAGE**76 | LE GRAND-QUEVILLY**

La CDAC qui s'est réunie le 12 décembre a rendu un avis favorable concernant l'extension d'un ensemble commercial, au Grand-Quevilly, par la réhabilitation d'un local vacant via la création d'un magasin Mr.Bricolage.

MR.BRICOLAGE**80 | ABBEVILLE**

Julien Corporate, un groupe de franchisés, vient de faire l'acquisition du magasin Mr.Bricolage d'Abbeville. Vaste de 3 700 m², l'enseigne a rejoint Julien Corpo-



rate le 8 janvier, ce qui porte à onze le nombre de magasin Mr.Bricolage présents dans ce groupe. Ce magasin est situé sans une zone commerciale attractive et propose, en plus de l'offre standard, des services clé en main comme la livraison à domicile, l'aide au chargement, le SAV, le retrait 2 heures ou encore la découpe bois et verre, etc. Bon, côté extérieur, un rafraîchissement s'impose !

**SUD-OUEST****GAMM VERT****17 | SURGÈRES**

Un avis favorable a été rendu le 15 décembre concernant la création d'un ensemble commercial

composé de six cellules et d'une superficie totale de 3161 m². Parmi les enseignes qui s'y installeront : un magasin Gamm vert de 1629 m².

CENTRAKOR**64 | ANGLET**

La CDAC du 30 novembre a donné son aval pour la création d'un magasin Centrakor d'une superficie totale de vente de 2241 m².

**SUD-EST****MR.BRICOLAGE****30 | MARGUERITES**

Un nouveau magasin a ouvert en janvier dans le Gard. Le nouvel adhérent était auparavant spécialisé dans l'univers de la piscine. Comme l'a indiqué le directeur du magasin, Pascal, le but est de développer le concept 4 Piliers de Mr.Bricolage en faisant de cette nouvelle enseigne bien plus qu'un

point de vente : l'accent sera mis sur le service et la relation client.

**WELDOM****48 | LANGOGNE**

La CDAC du 15 décembre a rendu un avis favorable concernant la demande d'autorisation d'exploitation commerciale portant sur l'extension d'un magasin de l'enseigne Weldom.

**GRAND EST****LEROY MERLIN****25 | BESANÇON**

La CDAC du 12 janvier a rendu un avis favorable, à l'unanimité,

concernant la demande d'autorisation d'exploitation commerciale sans demande de permis de construire pour la création d'une cour de matériaux déportée à l'enseigne Leroy Merlin, d'une surface de 3600 m², par réhabilitation d'une friche industrielle ainsi que pour la création d'un drive de deux pistes, avec une emprise au sol de 250 m².

WELDOM**51 | MOURMELON-LE-GRAND**

La CDAC réunie le 2 novembre dernier a donné son accord pour la création d'un ensemble commercial par mutualisation de parkings existants des enseignes Weldom et Intermarché.

BRICO JARDIN E.LECLERC**57 | SARREBOURG**

Le 13 décembre dernier, lors d'une réunion, la CDAC a autorisé l'extension de 3410 m² d'un magasin sous enseigne Brico Jardin E.Leclerc, qui compte déjà 7400 m², portant ainsi la totalité de la surface de vente à 10810 m². Par ailleurs, le projet prévoit la création d'un point permanent de retrait, organisé en trois pistes de ravitaillement de 125 m² d'emprise au sol.

PROXXON

Outillage de caractère!



Visitez-nous au
salon de Cologne
Hal 10.2, allée F 020/G 021
du 03 au 06 mars 2024!

**PROXXON****INDUSTRIAL**

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



FOCUS

LOIS, NORMES, GESTION

Les changements en

L'année commence avec son lot de nouvelles obligations, tant pour les entreprises au sens large que pour les professionnels des secteurs bricolage, bâti, jardin, qu'ils soient distributeurs ou fournisseurs. Courage ! La simplification promise n'est pas toujours au rendez-vous.

La distribution, c'est un service public ! En tout cas, le réceptacle de quantité de normes. Les parkings participent à l'écoulement de l'eau, à la production d'énergie, à charger les véhicules électriques, à récupérer l'eau de pluie. Une alliée des déchetteries, un haut lieu du

compostage. Au milieu de cette forêt d'obligations, il faut arriver à naviguer, anticiper, prévoir. Heureusement que les fédérations FMB, JAF, PromoJardin, Promanimal et autres Inoha sont là ainsi que les Ecomaison, Valobat... on vous en passe et des meilleurs. Cette année, les REP Bâtiment et ABJ battent leur plein. S'ajoutent le traitement des biodéchets

alimentaires ou déchets verts, l'interdiction de vente des chats et chiens, le recyclage des pots horticoles, etc. Et après tout cela, il faut faire du commerce... Mais certaines de ces lois peuvent être des opportunités ! En même temps, vos entreprises doivent se mettre à jour des règles comptables que l'on rappelle ici avec l'aide de Bercy ! ●

LES NOUVELLES OBLIGATIONS DES ENTREPRISES

● Fiche de paie : affichage du montant net social

Le montant net social correspond au montant des ressources à déclarer pour avoir accès au RSA et à la prime d'activité. Il figurera sur tous les bulletins de paie et apparaîtra progressivement sur les relevés de décompte des prestations sociales. Cette information doit être utilisée par les allocataires, à partir des revenus de janvier 2024 et déclarés en février 2024, chaque fois qu'elle est disponible, pour le renseignement de leurs déclarations.

● Prolongation de l'aide à l'embauche des alternants

Depuis le 1^{er} janvier 2023, les entreprises qui recrutent des alternants (apprentis et jeunes en contrat de professionnalisation) peuvent bénéficier d'une aide allant jusqu'à 6 000 €. Cette aide est prolongée en 2024.

● Évolution de la prime de partage de la valeur

La loi n° 2023-1107 du 29 novembre 2023 fait évoluer la

prime de partage de la valeur (PPV). Désormais, la prime pourra être attribuée deux fois au cours d'une même année civile dans la limite des plafonds totaux d'exonération :

- 3 000 € par salarié et par an,
- 6 000 € par salarié et par an sous conditions.

Pour les primes versées entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2026, l'exonération de cotisations sociales et d'impôt sur le revenu est prolongée : pour les entreprises de moins de 50 salariés aux salariés ayant perçu, au cours de l'année précédant le versement de leur prime, une rémunération inférieure à trois fois la valeur du SMIC.

● Revalorisation du SMIC

Au 1^{er} janvier 2024, le montant du SMIC augmente de 1,13 %. Il s'élève ainsi à 1 766,92 € bruts par mois pour 35 heures hebdomadaires (décret n° 2023-1216 du 20 décembre 2023).

Les nouveaux montants à partir du 1^{er} janvier 2024 :

- SMIC net : 1 398,69 €
- SMIC brut : 1 766,92 €

- SMIC horaire net : 9,22 €
- SMIC horaire brut : 11,65 €

● Aides énergie : maintien d'un bouclier tarifaire pour les TPE

Le 30 novembre 2023, Bruno Le Maire a annoncé que le dispositif de plafond de prix à 280 €/MWh sera prolongé en 2024.

Il sera étendu aux petits consommateurs professionnels ayant une puissance souscrite inférieure à 36 kVA. Cette aide est accessible à toutes les TPE ayant renouvelé ou souscrit leur contrat avant le 30 juin 2023.

● Maintien de l'amortisseur électricité pour les TPE et PME

L'amortisseur électricité est entré en vigueur le 1^{er} janvier 2023. Le 30 novembre 2023, le gouvernement a annoncé sa prorogation pour 2024. Cet amortisseur électricité sera maintenu, avec une évolution des paramètres afin qu'il puisse mieux protéger les contrats à prix haut :

FOCUS RÉCUPÉRATION

La collecte des déchets sur les points de vente

Pour les enseignes distribuant des produits ou matériaux de construction du bâtiment dont la surface de vente est supérieure à 4 000 m², il y a obligation de proposer la reprise sans frais de ces produits usagés. On rappelle que depuis l'an dernier, la REP ABJ prévoit l'adhésion à un éco-organisme et une reprise des produits pour l'achat d'un produit neuf dans les points de vente de 200 à 400 m²



ou pour les sites qui font plus de 100 000 € de CA sur ces produits. En revanche, pour les magasins de 400 à 1000 m², la reprise est obligatoire pour les produits inférieurs à 160 cm et dont le transport ne requiert pas d'équipement. Au-dessus de 1000 m², il faut tout reprendre.

Pour tous les metteurs sur le marché, il y a obligation désormais d'apposer la signalétique Triman sur leurs produits. ●

FOCUS BIODÉCHETS

Des obligations et du business

● Que dit la loi ?

Depuis le 1^{er} janvier 2024, conformément au droit européen et à la loi antigaspillage de 2020, le tri des biodéchets sera généralisé et concernera tous les professionnels et les particuliers. En gros, les collectivités doivent mettre des composteurs à disposition.

● Qu'est-ce qu'un biodéchet ?

L'article L. 541-1-1 du Code de l'environnement définit les biodéchets comme : « Les déchets non dangereux biodégradables de jardin ou de parc, les déchets alimentaires ou de cuisine provenant des ménages, des bureaux, des restaurants, du commerce de gros, des cantines, des traiteurs ou des magasins de vente au détail, ainsi que les déchets comparables provenant des usines de transformation de denrées alimentaires. »

Nombre d'entreprises produisant plus de 5 tonnes de biodéchets



sont déjà organisées pour les valoriser. Depuis le 1^{er} janvier, tout le monde est concerné. Bien entendu, toutes les entreprises – et particulièrement les jardineries – dont les surplus devenus déchets verts doivent être compostés. Certaines pourraient d'ailleurs faire profiter de leur équipement de compostage à leurs clients. Pour être précis, les déchets verts sont les déchets issus des tontes de pelouse et fauchage, les feuilles mortes,

les tailles d'arbustes, haies et brindilles ou bien encore les déchets ligneux issus de l'élagage et de l'abattage d'arbres et de haies.

● Impact sur le commerce

Il s'agit d'abord d'un nouveau marché pour des produits tels que les composteurs alimentaires ou autres dont les ventes devraient décoller. On pense aussi aux broyeurs de végétaux. ●

n 2024...

FOCUS NOS AMIS LES BÊTES

Interdiction de vente des chiens et chats en animalerie

La loi date de 2021, mais est désormais active. Les animaleries n'ont plus de droit de vendre chiens et chats pour lutter contre l'achat d'impulsion d'une famille qui n'était pas rentrée

dans l'animalerie ou la jardinerie pour ça et qui repart avec un chien sous le bras. Lequel chien pèsera 70 kg quelques années plus tard et qu'on retrouvera abandonné. Les commerces

peuvent toutefois organiser des événements en partenariat avec des refuges pour placer des chiens et chats. La loi ne concerne pas encore lapins, poissons et autres oiseaux, poules, reptiles. ●



- couverture de la facture de 75 %, contre 50 % en 2023 ;
 - le montant unitaire d'amortisseur ne sera plus plafonné au-delà d'un prix de l'électricité de 500 €/MWh ;
 - le seuil de déclenchement de la part énergie de la facture est relevé à 250 €/MWh, contre 180 €/MWh en 2023.
- Il est destiné aux entreprises répondant à certains critères :
- si vous êtes une TPE ou une PME de moins de 250 salariés ;
 - si votre entreprise n'est pas éligible à la garantie de 280 €/MWh ;
 - si vous avez signé un contrat avant le 30 juin 2023 et qu'il est encore en vigueur en 2024 ;
 - si votre compteur électrique est à une puissance supérieure à 36 kVA.

Soutien aux entreprises

● Augmentation du seuil des aides de minimis

La Commission européenne a adopté le 13 décembre 2023 un nouveau règlement sur les aides de minimis qui porte à 300 000 € le plafond des aides, contre 200 000 € aupa-

ravant. Le plafond des aides de minimis correspond au seuil d'aides d'État de faible montant qu'une entreprise peut recevoir sur trois exercices fiscaux glissants. Le règlement européen fixant les seuils est applicable jusqu'au 31 décembre 2030.

● Réactivation de la procédure de traitement de sortie de crise

La loi du 20 novembre 2023 d'orientation et de programmation du ministère de la Justice 2023-2027 réintroduit la procédure de traitement de sortie de crise jusqu'au 21 novembre 2025. Cette procédure est destinée aux entreprises de moins de 20 salariés qui rencontrent des difficultés financières. Cette procédure est plus courte que la procédure de redressement judiciaire, avec une période d'observation de trois mois.

● Mise en place de la procédure de continuité du guichet unique

Les entreprises qui ont rencontré une difficulté grave pour

réaliser une déclaration sur le guichet unique des formalités peuvent bénéficier de la procédure de continuité du guichet unique. Cette procédure dérogatoire est mise en œuvre du 1^{er} janvier au 31 décembre 2024. Le guichet unique des formalités est depuis le 1^{er} janvier 2023 l'unique point d'entrée des entreprises pour réaliser leurs formalités.

● Réévaluation du plafond de la Sécurité sociale

Le plafond de la Sécurité sociale (PASS) est réévalué de 5,4 % au 1^{er} janvier 2024, avec un plafond mensuel fixé à 3 864 €, soit un plafond annuel de 46 368 €.

Pour les employeurs, le PASS sert à calculer :

- les cotisations sociales sur le salaire, l'assurance vieillesse, le chômage, les régimes complémentaires de retraite ;
- les seuils d'exonération fiscale et sociale des indemnités de rupture ;
- les indemnités des stages en entreprise des étudiants ;
- la contribution au fonds national d'aide au logement.

FOCUS RECYCLAGE

Remplir sa déclaration... de pots

Les pots en plastique du secteur horticole étaient jusqu'ici un peu traités, à part en matière de recyclage. C'est terminé ! Le conseil d'administration de Valhor du 8 décembre 2023 a décidé que l'ensemble des pots horticoles contenant des plantes vendues aux consommateurs français doivent contribuer à un éco-organisme agréé pour la filière des emballages ménagers. Ils rejoignent donc la REP « emballages ménagers », la fameuse poubelle jaune. Bien sûr, si le pot est décoratif ou constitutif de la croissance de la plante toute sa vie,



il peut aussi être considéré comme déchet de la filière ABJ (brico jardin). Valhor a encore une fois clarifié la situation. Les pots horticoles non concernés par la REP « emballages ménagers » sont : les plantes en pot utilisées uni-

quement par les pros (entreprises, collectivités...), les pots horticoles en plastique vendus vides (sans plante), les pots décoratifs (pots en grès, en terre cuite, en céramique, en métal, en plastique épais...) vendus vides. ●

FOCUS PAR ICI LA FACTURE

Pots : qui paie désormais l'écocontribution ?



Les écocontributions sont dues par les metteurs sur le marché, c'est-à-dire les professionnels qui vendent, directement ou indirectement, des plantes en pot qui finiront chez

les particuliers. Le metteur sur le marché est ainsi celui qui produit ou importe (sur le territoire national) ou transforme le produit emballé et qui vend ce produit auprès du consommateur final, en vente directe ou en passant par un professionnel de la vente (distributeur). À titre d'exemples, un metteur sur le marché peut être :

- Un producteur français qui produit et vend une plante en pot de sa marque ou sans marque qui finira chez le consommateur, que ce soit en vente directe ou si la plante en pot fait l'objet de vente(s) intermédiaire(s), à un

distributeur par exemple ;

- Un grossiste qui importe une plante en pot sur le territoire français si cette plante finit in fine chez un consommateur ;
- Un distributeur (fleuriste, jardinerie, libre-service agricole, magasin de bricolage, grande surface alimentaire...) qui vend aux particuliers une plante en pot à sa marque emballée en France ;
- Un distributeur (fleuriste, jardinerie, libre-service agricole, magasin de bricolage, grande surface alimentaire...) qui importe une plante en pot sur le territoire français et la vend aux particuliers. ●

FOCUS MARCHÉ À L'OMBRE

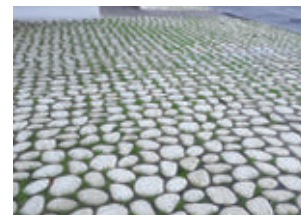
Arbres et ombrières pour les parkings

Les parcs de stationnement extérieurs de plus de 500 m² associés aux bâtiments ou parties de bâtiment auxquels s'applique l'obligation prévue à l'article L. 171-4 du Code de la construction et de l'habitation ainsi que les nouveaux parcs de stationnement extérieurs ouverts au public de plus de 500 m² doivent intégrer sur au moins la moitié de leur surface des revêtements de surface, des aménagements hydrauliques ou des dispositifs végétalisés favorisant la perméabilité et l'infiltration des eaux pluviales ou leur évaporation. Ces mêmes parcs doivent également intégrer des dispositifs végétalisés ou des ombrières concourant à l'ombrage desdits parcs sur au moins la moitié de leur surface, dès lors que l'un ou l'autre de ces dispositifs n'est pas incompatible avec la nature du projet ou du secteur d'implantation et ne porte pas atteinte à la préservation du patrimoine architectural ou paysager. »

Ces obligations pouvaient déjà concerner des parcs plus grands, mais désormais la barre est descendue à 500 m². L'idée est de permettre de drainer les sols pour lutter contre les inondations et bien sûr de faire de l'ombre à minima et de récupérer l'énergie du soleil. Ces dispositions datent du 1^{er} juillet 2023. Rappelons que

les bâtiments commerciaux aussi ont leurs obligations notamment d'intégrer soit un système de procédé de production d'énergie renouvelable, soit un système de végétalisation sur 30 % de la surface de leur toiture, pour les nouvelles constructions et extensions de plus de 500 m² d'emprise au sol.

Pour les parcs, à noter que l'obligation concernant les sols vaut pour les rénovations lourdes, à savoir « le remplacement total du revêtement de surface au sol sur une superficie représentant au moins la moitié de la superficie du parc ». Certains parkings seront exonérés du fait d'un risque naturel aggravé, de contraintes de circulation, de contraintes économiques graves, un ensoleillement tellement rare que ce n'est pas rentable, un investissement mettant en danger le commerce, d'une protection du patrimoine. ●



sentant de 20 à 45 % de leur investissement.

● Versement mobilité : de nouveaux taux

Le versement mobilité est une contribution due par les employeurs qui embauchent plus de 10 salariés et permettant de financer les transports en commun. Au 1^{er} janvier 2024, le champ d'application et le taux de versement mobilité évoluent.

● Tri des biodéchets

À compter du 1^{er} janvier 2024, conformément au droit européen et à la loi antigaspillage de 2020, le tri des biodéchets est généralisé et concerne dorénavant tous les professionnels. Les professionnels doivent s'organiser pour que les biodéchets soient séparés des autres déchets. Pour assurer la collecte, le traitement et la valorisation des biodéchets, les professionnels doivent se rapprocher de leur prestataire habituel de gestion des déchets ou d'un prestataire spécialisé dans la collecte des biodéchets.

● Suppression progressive de la CVAE

Déjà réduite de moitié en 2023, la cotisation sur la valeur ajoutée des entreprises (CVAE) est amenée à disparaître complètement d'ici 2027. Ce sera le cas dès 2024 pour plus de la moitié des entreprises redevables de la CVAE, avec la suppression de la cotisation minimum.

● Prorogation de plusieurs dispositifs zonés d'exonération fiscale

Les entreprises qui s'implantent dans certaines zones du territoire français peuvent bénéficier d'allègements fiscaux. Les dispositifs suivants sont prorogés jusqu'à fin 2024 :

- zones franches urbaines - territoires entrepreneurs (ZFU - TE)
 - quartiers prioritaires de la politique de la ville (QPV)
 - bassins d'emploi à redynamiser (BER)
- Sont prorogés jusqu'en 2026 :
- le dispositif des bassins urbains à dynamiser (BUD)
 - le dispositif des zones de développement prioritaire (ZDP)

- le dispositif des zones d'aide à finalité régionale (AFR) et zones d'aide à l'investissement des petites et moyennes entreprises sont quant à eux prorogés jusqu'en 2027.

● Création d'un nouveau dispositif fiscal zoné France Ruralités Revitalisation

Le dispositif des zones de revitalisation rurale (ZRR) est prolongé jusqu'au 30 juin 2024. À compter du 1^{er} juillet 2024, un nouveau dispositif voit le jour : France Ruralités Revitalisation.

Transition écologique

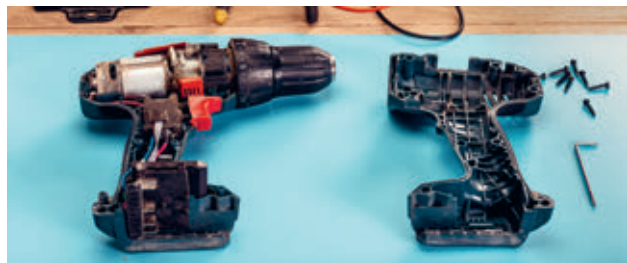
● Création du crédit d'impôt

« investissement industries vertes » (CI3V)

Présenté dans le cadre de la loi industrie verte, ce nouveau crédit d'impôt doit permettre aux entreprises de réaliser de nouveaux projets industriels dans quatre filières clés de la transition énergétique : les batteries, l'éolien, les panneaux solaires et les pompes à chaleur. Il doit permettre aux entreprises de bénéficier d'un crédit d'impôt repré-

FOCUS RÉPARABILITÉ

Le bonus réparation s'étend à l'outillage électroportatif !



Dans le cadre de la loi Agec, l'Etat avait lancé un bonus réparation pour pousser les Français à réparer les outils et l'électroménager plutôt que de les jeter. Cette ambition n'est pas démentie avec l'augmentation des bonus notamment pour l'électroménager et l'arrivée sur la liste de nouveaux produits qui concernent le secteur bricolage puisqu'on compte désormais l'outillage électroportatif (bonus : 20€), l'humidificateur (15€), le climatiseur mobile (25€), les purificateurs et ventilateurs (15€). Les tondeuses et

taille-haies étaient déjà sur cette liste en 2023 mais ne sont pas plus aidés en 2024, avec seulement 16€. Pour faire bénéficier de ce bonus à ses clients, l'enseigne doit disposer d'un agrément QualiRépar.

Espace Emeraude regrette « la complexité administrative »

Espace Emeraude, connu pour son historique motoculture et ses baies de réparation, fait labelliser ses centres : aujourd'hui 6 sur 73 peuvent faire bénéficier du bonus à leurs clients, ce qui

donne déjà à l'enseigne une certaine expérience. « Nous voulons encourager pour faire durer. C'est un véritable engagement pour nous, car nos ateliers sont déjà saturés. Nous ne réussissons pas à recruter, les compétences manquent et c'est vraiment dommage, explique Jean-Marc Hupé, directeur général d'Espace Emeraude. Nos clients intègrent de plus en plus des critères environnementaux et sociétaux dans leurs décisions d'achat. L'économie actuelle doit donc aligner ses réponses sur ces préoccupations, en veillant à ce que les coûts de réparation d'un produit ne dépassent pas 30% du prix d'un article neuf. » Toutefois, il alerte les autorités : « La complexité administrative et la difficulté à avoir un label unique pour tous les métiers ne facilitent pas cette démarche, ni pour les enseignes, ni pour les clients. » ●

ET DEMAIN ?

Durabilité, biocides, délais de paiement

● Indice de durabilité

C'est le super indice réparabilité avec des critères supplémentaires comme la fiabilité et la robustesse du produit. Pas d'inquiétude pour l'instant : les produits brico-jardin ne sont pas concernés, seulement les smartphones, les téléviseurs et les lave-linge. Mais ça viendra et les fédérations travaillent sur la question. Pour les tondeuses à gazon et les nettoyeurs haute pression, c'est toujours l'indice de réparabilité qui prévaut, calculé sur la disponibilité de la documentation technique, la facilité de démontage, la disponibilité des pièces détachées, le prix des pièces et le critère spécifique à la famille de produit.

● Le délai de paiement européen plane

La distribution s'inquiète car un projet de règlement européen concernant les délais de paiement est en attente de signature. S'il est adopté, les délais ne pourront pas excéder 30 jours. La Fédération française du commerce français s'en est émue, Olivia Grégoire, la ministre de tutelle, également, en novembre dernier. À notre connaissance, même s'il est adopté, il n'entrerait pas en vigueur avant 2025.

● Les nouveaux biocides interdits à la vente... en 2025 ?

Les réunions se succèdent pour établir la liste des produits pour jardin qui ne pourront plus être vendus librement mais placés sous clé. En théorie, il s'agit de ceux appartenant aux classements TP18 et TP14, à savoir les insecticides, acaricides et produits utilisés pour lutter contre les autres arthropodes (TP18) et les rodenticides, produits utilisés pour lutter contre les souris, les rats ou autres rongeurs, par d'autres moyens qu'en les repoussant ou en les attirant. Selon toute vraisemblance, les décisions seront prises en 2024 et mises en place en 2025.

● L'affichage environnemental

Prévue cette année pour les textiles et l'agroalimentaire (à titre volontaire), la loi 2021-1104, publiée le 22 août 2021, veut un affichage environnemental étendu à de nombreux secteurs en 2026. Le home index ou autre sera bientôt obligatoire.

PUBLI-COMMUNIQUÉ

SOLER

Un charbon de bois français en très gros morceaux

La société Carbonex, plus connue pour sa marque SOLER, vient de fêter ses 30 ans en 2023. Sa force tient à un système de production révolutionnaire qui dégage plus d'énergie qu'il n'en consomme. Une innovation « maison » pour produire un charbon de bois local de qualité gastronomique.



La marque SOLER, lancée en 2020, maîtrise totalement la production de charbon de bois, depuis son approvisionnement en bois d'éclaircie issu de forêts gérées durablement, à sa transformation grâce à une unité de production moderne qu'elle a inventée. Elle permet de récupérer les fumées et les gaz pour produire de l'électricité qui alimente l'usine. Le reliquat, vendu à EDF, alimente des milliers de foyers. La chaleur, elle aussi récupérée, assure le préséchage du bois, le séchage des briquettes et le chauffage des bâtiments. « Nous nous approvisionnons dans un

rayon de 60 km autour de nos deux sites de production de Gyé-sur-Seine, dans l'Aube, et de Lacanau, en Gironde, fait remarquer Chloé Despret, chargée du marketing et de la communication pour l'entreprise. Cela nous permet d'être certifiés Origine France Garantie, PEFC France et Bois de France. Et nous travaillons avec Earthworm Foundation, une ONG qui garantit la transparence et la traçabilité de toute notre chaîne de production. Sa plateforme Charcoal Transparency nous a attribué la note A++, la meilleure de toute l'offre globale européenne. »

Maîtrisant totalement une production 100 % française, SOLER poursuit sa



démarche d'innovation « produits » avec la mise en marché d'un charbon de bois en très gros morceaux conditionnés en sacs de 50 l. « C'est un produit phare pour les grands amateurs de barbecue car il a une belle durée de braises d'une heure et demie, précise Chloé Despret. De plus, il s'allume très rapidement, en 10 minutes. » Ce charbon de bois est fabriqué à Lacanau à partir des pins maritimes incendiés en Aquitaine. Cette nouvelle référence vient prendre

place entre le charbon de bois classique, d'une durée de feu d'une heure, et les briquettes qui offrent trois heures de combustion. « Nous sommes les seuls à fabriquer ce dernier type de produit en France, poursuit Chloé Despret. Nous valorisons les petits morceaux de charbon de bois et nous leur avons donné une forme de cœur pour mettre de l'amour dans les barbecues. Ils sont ainsi bien identifiables ! »

SOLER répond aujourd'hui à tous les besoins des consommateurs avec une gamme premium. Un QR code présent sur chaque sac leur permet de suivre la traçabilité d'un produit responsable fabriqué en France. Adeptes du circuit court, la marque assure des livraisons en une semaine grâce à la maîtrise de sa production. Un partenaire fiable. SOLER sera présent au salon Barbecue Expo (stand C12) du 22 au 24 mars, au Parc Floral de Vincennes, à Paris et sur les Journées des Collections (stand L39), à Marseille, du 26 au 28 mars 2024. ●



26-28 mars 2024

PARC CHANOT • MARSEILLE • FRANCE

Le salon professionnel de référence de la distribution jardin

**Vous êtes décisionnaire d'achat au sein de la filière jardin ?
Ne manquez pas LE rendez-vous phare du printemps**

5 bonnes raisons de visiter les JdC Garden Trends :

1 Effectuez vos référencements 2024-2025 :

Identifiez les best-sellers, les nouveaux produits, les innovations en avant-première et repérer des produits exclusifs

2 Sourcez de nouveaux fournisseurs français et étrangers (50% d'exposants internationaux, 60% des exposants ne participent à aucun autre salon en Europe)

3 Economisez du temps et de l'argent !

Un seul déplacement pour faire la différence : retrouvez en un seul et même lieu une sélection végétale et une offre complète autour de **5 univers Produits**, découvrez-les via ce QR code :



4 Capturez les tendances consommateurs et marché de demain grâce aux conférences

5 Alliez l'utile à l'agréable : entretenez vos relations avec vos fournisseurs habituels dans un **cadre convivial**

390

stands

20 000

références produits

1 000

marques

95%

sont satisfaits de leur visite*

*Source : enquête Visiteurs 2023

Inscrivez-vous sur notre site internet
en indiquant le code invitation : ZEPROS

En savoir plus pour participer :
Emilie Ragoin – Responsable Acheteurs
emilie.ragoin@infopro-digital.com
+33 (0)1 77 92 96 71 – +33 (0)6 99 59 67 10

www.journeesdescollections.com | JdC Garden Trends



Les belles histoires

Dans les pages qui suivent, vous allez vous régaler de l'histoire d'un produit, une success story comme on les aime. D'ailleurs, ça nous donne des idées pour les prochains numéros. Ici, c'est du WD-40 dont il s'agit. Et déjà, quand on sait que le chiffre 40 désigne le nombre de tentatives qu'il a fallu pour mettre le fameux dégraissant au point, ça donne envie de lire la suite. Success story en cours aussi, celle des colles, un monde incroyable qui reprend du poil de la bête avec la vague de la réparation. Colle qui fixe mais aussi démontable, il y a de vraies innovations sur ce marché en pleine progression. Sur ce numéro, pas de baromètre GfK, mais pas d'inquiétude, le tableau de bord revient au prochain numéro.

VOS MARCHÉS

22

LE MARCHÉ COLLES

24 à 26

Vite !

VALGO

Disparition de François Bouché



Connue pour dépolluer les sols, la société Valgo annonce le décès de son président, François

Bouché, à l'âge de seulement 54 ans. Cet ingénieur, qui était intervenu dans la dépollution d'AZF, en avait fait sa mission globale. Les acteurs économiques connaissent cette société désormais orpheline de son fondateur qui emploie 800 personnes avec 14 agences dans l'Hexagone.

RACHAT D'ATE

Fitt l'a fait !



Voilà que le drainage se concentre avec Fitt qui reprend ATE, PME connue pour ses systèmes de drainage, d'évacuation et de gestion des eaux en matières plastiques, basée à Château-Gontier (53). Fondée il y a vingt ans, ATE a développé un savoir-faire autour de trois domaines d'expertise. Le groupe Fitt est déjà présent en France avec les tuyaux d'arrosage à Tricot (60) et les tuyaux techniques à Saint-Herblain (44). ATE sera intégré à la division Building and Infrastructure du groupe Fitt.

COLLÉ

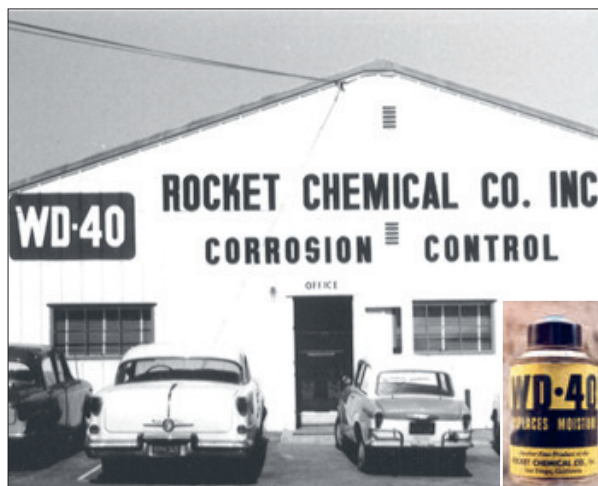
Sika « Élu Produit de l'Année »

La colle SikaBond®-240 Fixe Facile vient de recevoir le titre « Élu Produit de l'Année 2024 », une colle mono-composante multi-usage vendue notamment en GSB. Ce n'est pas rien quand on sait que ce label serait connu par 9 consommateurs sur 10 en France et qu'il est obtenu après approbation par un panel de 15 000 consommateurs français indépendants, suivi par Nielsen. Le prix récompense les produits alliant nouveauté perçue, intention d'achat, attractivité du produit et satisfaction consommateur.

SUCCES STORY

L'incroyable histoire du WD-40

L'histoire commence à San Diego avec la NASA... et 39 échecs ! Côté boissons, il y a le Coca, côté bricolage le WD-40, qui fête cette année ses 70 ans. D'ailleurs, WD, qu'est ce que ça veut dire ? "Water displacement", chasseur d'humidité. Et 40 car c'est le nombre de tentatives avant de trouver la bonne formule.



Une formule créée par trois chimistes dans les années 1950 qui viennent de créer une petite entreprise, la Rocket Chemical, à San Diego (Californie). Sa mission ? Développer des dégraissants et des anticorrosifs pour le compte de l'industrie aéronautique car la NASA est en proie à des problèmes de corrosion externe sur

ses fusées Atlas. C'est donc en 1953 que Norman Lawson inscrit sur son carnet le nom qui deviendra magique : WD-40.

La formule est, paraît-il, connue d'une poignée de personnes et enfermée dans un coffre de banque. Ce produit pro, les employés de Rocket Chemical s'en servent aussi à la maison et, en 1958, la société s'aventure à le

commercialiser en magasin sous forme d'aérosol. En 1960, l'entreprise compte sept personnes vendant chacune 45 cartons par jour aux quincailleries des alentours de San Diego. Mais c'est un événement tragique, l'ouragan Carla (du 3 au 16 septembre 1961), qui va "booster" la notoriété de WD-40. Des camions de WD-40 partent vers la côte dévastée de la Floride pour la remise en état des véhicules et des équipements domestiques inondés. Dès lors, le produit multifonction WD-40 devient une marque si connue que l'entreprise elle-même est rebaptisée WD-40. Et là, le succès devient fou. Les consommateurs recensent 2 000 utilisations

possibles de l'aérosol. En 1973, la WD-40 Company entre en Bourse et compte aujourd'hui plus de 500 salariés dans le monde entier pour un chiffre d'affaires de 537 millions de dollars. Le produit multifonction WD-40 est numéro un mondial des ventes et il figure parmi les marques les plus connues aux États-Unis. ●



MARIAGE MIXTE

Delta Dore passe par la fenêtre



Le groupe Delta Dore annonce devenir partenaire de Profine Fenêtres Kömmerling de Profine à l'alarme anti-intrusion Delta Dore, le tout grâce à des capteurs intégrés dans les profilés. Le lancement officiel aura lieu au salon Fensterbau Frontale à Nuremberg en mars prochain, où les deux entreprises présenteront sur leurs stands respectifs la nouvelle gamme et différents scénarios intelligents. ●

fenêtres Kömmerling de Profine à l'alarme anti-intrusion Delta Dore, le tout grâce à des capteurs intégrés dans les profilés. Le lancement officiel aura lieu au salon Fensterbau Frontale à Nuremberg en mars prochain, où les deux entreprises présenteront sur leurs stands respectifs la nouvelle gamme et différents scénarios intelligents. ●

CHAMPION DE FRANCE

Gilles Attaf reconduit à la tête d'OFG

L'association Origine France Garantie, fondée par Yves Jégo, a réélu Gilles Attaf à sa tête. Véritable moine soldat de l'industrie tricolore, l'histoire de Gilles Attaf est celle de ces entreprises familiales, nées dans le textile et qui ont dû lutter pour ne pas fermer leurs portes avec la disparition des ateliers. Fils de culottier de Belleville, Gilles Attaf a repris l'entreprise de son père, avant de participer au rapprochement d'autres PME toujours dans l'idée de continuer à produire sur le territoire (Smuggle/France Confection). Il est cofondateur des FFI

(Forces françaises de l'industrie) et rejoint l'association Origine France Garantie dès 2012. ●





Jeanne, 71 ans,
vient de faire remplacer sa baignoire
par une douche sécurisée KONFORDOUCHE
tout en profitant de la nouvelle aide
MA PRIME ADAPT' !




MaPrimeAdapt'

De 50 à 70%
de prise en charge
des travaux
(selon conditions)



Douche tout équipée, livrée à domicile

...

Posée en 1 journée

...

Installation sans gros travaux



FABRIQUÉ
EN FRANCE

Exclusivité
Leroy Merlin

Rendez-vous en magasin
ou sur **leroymerlin.fr**

MARCHÉ DES COLLES D'ASSEMBLAGE

Qui s'y frotte s'y fixe !

Fort d'une progression de son chiffre d'affaires de 6 % à fin septembre 2023, le marché des colles d'assemblage affiche un beau potentiel pour 2024. Focus sur un marché innovant, bien marketé — mais pas trop ! — et qui parvient à inscrire ses performances dans la durée...

Après une année 2022 particulièrement difficile pour les colles d'assemblage, les contreperformances ne sont visiblement plus d'actualité en 2023... C'est en tout cas ce que révèle sur douze mois le dernier panel GfK arrêté à fin septembre 2023 et attestant d'une progression en valeur de 6 % pour l'ensemble du marché. « Le marché affiche en effet un chiffre d'affaires de 217 millions d'euros sur douze mois selon notre audit des ventes en GSA et GSB à fin septembre 2023 et tous les segments, ou presque, performant sur la période étudiée », analyse Guillaume Mulleret, Marketing Intelligence Lead GfK. Bref, nous sommes loin du grand plongeon de l'an dernier qui voyait un grand nombre de familles de produits enregistrer des reculs à deux chiffres. Sauf que certains segments voient encore cette année leur chiffre d'affaires stagner...

À l'orée du bois ?

C'est plus particulièrement le cas des colles bois dont les ventes en

valeur sont en retrait de 1 % sur les douze derniers mois. Le segment n'a toutefois pas à rougir du léger recul de son chiffre d'affaires si l'on place ce résultat en perspective de la contreperformance valeur réalisée l'an passé par cette catégorie de produits : - 12 %... Bref, si le soleil ne brille pas sur cet univers en 2023, les rayons de l'astre ne sont pas loin... D'autant que si le produit phare de la marque leader sur le segment des colles bois continue à animer fortement le secteur, les challengers renforcent leur présence sur le marché avec de nouvelles formulations plus durables (lire ci-contre).

Les colles multi-usages ne font pas mieux, ou à peine. En effet, si ces dernières parviennent à maintenir à niveau leur chiffre d'affaires en 2023, leurs volumes, en retrait de 8 %, accusent fortement le coup. Un manque à gagner d'ordre structurel pour ces colles qui peinent à trouver leur place entre un segment de la fixation de plus en plus spécialisé et un marché des colles cyanoacrylates se distinguant chaque année davantage par l'universalité de ces formules.

Cyano no, cyano si !

Deuxième segment en termes de parts de marché valeur (17,5 %) derrière la fixation, les cyanoacrylates affichent au contraire une belle santé en 2023. Non contentes d'augmenter leur chiffre d'affaires de 4 % sur les douze

derniers mois, ces dernières parviennent également à maintenir leurs volumes quand toutes les autres catégories de colles voient leur nombre d'unités vendues reculer sur la même période... Une performance d'autant plus étonnante que, victimes d'une image de colle dangereuse, voire toxique, les cyanos ne sont pas vraiment coutumières des progressions record... Souvenons-nous ainsi qu'à fin septembre 2022, elles reculaient de 7 % en volume et de 6 % en valeur... Le champ de l'innovation était donc ouvert et les fabricants l'ont bien compris ces derniers mois. Priorité à la sécurité, au développement durable et au confort d'utilisation donc ! La performance des cyanoacrylates est d'autant plus à saluer qu'elles constituent le segment enregistrant la plus faible augmentation de prix en 2023.

Au-delà, « tous les segments voient leurs prix augmenter fortement sur les douze derniers mois avec un prix moyen en hausse de 7,7 % pour l'ensemble des colles d'assemblage. Cette inflation touche plus particulièrement les segments de la fixation et des multi-usages, mais également celui des colles époxy », poursuit Guillaume Mulleret. Une hausse des prix qui contribue à gonfler la performance en valeur des époxy en 2023 : + 5 % et une performance qui, pour être tout à fait juste, est avant tout liée à l'efficacité de cette catégorie de colles dont la particularité est

d'associer à la fois les propriétés d'une résine et celles d'un durcisseur. D'où leur forte capacité attractive auprès d'un consommateur en quête de performance de fixation. Une attractivité qui leur permet (6 % de parts de marché en valeur) de monter sur la deuxième place du podium en 2023 et de se classer juste derrière les mastics de fixation en termes de progression de chiffre d'affaires.

Beau fixe

Le segment de la fixation est effectivement le premier à profiter de la vitalité du marché sur ces douze derniers mois. « Avec celui des colles contact, il constitue le segment le plus dynamique en termes de revenus générés », confirme-t-on chez GfK. Bref, après la contreperformance de 2022 (- 11 % en valeur et - 16 % en volume), la principale famille de produits du vaste univers des colles d'assemblage - 34,2 % de parts de marché valeur - performe à nouveau. Une bonne nouvelle pour cette famille de produits, mais également pour l'univers des colles en général, eu égard au poids de la fixation sur le marché. Au final, les mastics de fixation sont d'autant plus à nouveau en mesure de tirer le marché que ce dynamisme est relayé par des industriels qui n'hésitent pas à innover, notamment avec des formulations polymères assurant performance et facilité d'application. ●

Laurent Feneau



LE MARCHÉ DES COLLES D'ASSEMBLAGE EN CHIFFRES

+ 6 %

Évolution du CA pour le marché total

+ 8 %

Évolution du CA pour les colles de fixation (34,2 % de parts de marché)

+ 5 %

Évolution du CA pour les colles époxy (5,8 % de parts de marché)

+ 6,4 %

Augmentation du CA des magasins de bricolage

+ 3,8 %

Augmentation du CA des hypers et supermarchés

+ 9,6 %

Augmentation du prix moyen des colles de fixation

(chiffres GfK sur douze mois à fin septembre 2023)



Guillaume Mulleret,
Marketing Intelligence
Lead GfK.

ÉCO-ASSEMBLAGE

L'innovation durable tire le marché !

La logique d'innovations qui prévaut sur l'univers des colles d'assemblage depuis plusieurs décennies est toujours d'actualité en 2024, avec des industriels continuant à miser sur des produits toujours plus respectueux de l'environnement. Ce dynamisme profite avant tout au segment de la fixation – mastics notamment – qui tire une bonne part du marché ces derniers mois. Henkel a ainsi lancé ces derniers mois Flextec, une formule brevetée nouvelle génération sans solvant et sans isocyanate permettant de remplacer le polyuréthane et « une formule idéale pour coller tous types de matériaux même sur des surfaces humides, le tout avec une très haute élasticité et sans déformation », commente Mathilde Moreau, Junior Brand Manager. De son côté,



Sika lance le SikaBond-240 Fixe Facile, un mastic de fixation pour les éléments d'agencement en intérieur (plinthes, moulures, chambranle, etc.) sans ajout de

solvants pouvant être nocifs pour l'utilisateur ou pour l'environnement. Élu produit de l'année 2024, la nouvelle colle décroche également un classement A+ pour une utilisation en intérieur.

Une approche plus écoresponsable

Mais le segment des mastics n'est pas le seul à bénéficier de nouvelles références plus durables ces derniers mois. Chez PRB, par exemple, l'innovation responsable concerne de nouvelles colles mortiers offrant une empreinte carbone réduite jusqu'à - 89 % (cycle de production) et - 69 % en fin de cycle de vie. « C'est le cas du PRB Mortier V R&D, du PRB Béton V ou encore du PRB Béton V R&D, trois produits qui, au-delà de leur durabi-

lité, permettent au particulier de réaliser facilement de nombreux travaux de maçonnerie », précise Jean-Christophe Allaert, responsable des ventes GSB. Enfin, Henkel innove également sur le segment des cyanoacrylates en supprimant le plastique de ses blisters et en proposant des packagings secondaires en carton recyclé. Une initiative qui permet au final de réduire de 34 tonnes la production de plastique par an en France... ●



L'AVIS DE LA DISTRI

Quoi de neuf au rayon colles ?

Si, selon GfK, les hypers et supermarchés augmentent leur chiffre d'affaires de 3,8 % sur les douze derniers mois à fin

septembre 2023, les GSB font autrement mieux sur la même période. « Tiré par les colles de fixation (+8,1%) et les colles

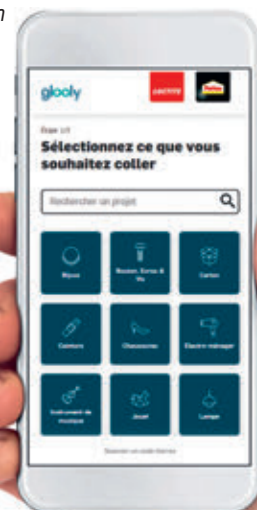
contact (+5,4%), le circuit du bricolage performe et voit ses ventes valeur progresser de 6,4 % », confirme Guillaume Mulleret, Marketing Intelligence Lead GfK. Loin devant la GSA, la GSB montre ainsi qu'elle reste et demeure le circuit leader sur l'univers des colles d'assemblage. Rien d'étonnant à cela lorsqu'on sait que les grandes surfaces de bricolage rationalisent depuis plusieurs années leurs linéaires en travaillant leurs implantations à partir des besoins du consommateur. « Nous avons beaucoup travaillé le rayon colles ces derniers mois en cherchant avant tout à le rendre plus accessible. Nous avons ainsi privilégié tous les produits multimatériaux et multi-usages, ceci afin de faciliter le choix du client », explique Alexandre Decoster, Market Manager Castorama.

Accompagnement du consommateur

La lisibilité du rayon colles est travaillée par les distributeurs

depuis de nombreuses années mais également par les fabricants qui cherchent eux aussi à aider le bricoleur à faire le bon choix. « Ce linéaire est particulièrement complexe à comprendre pour le consommateur. C'est pourquoi les enseignes travaillent à le rendre plus évident. Notre mission est de les aider dans ce sens en mettant à leur disposition des gammes plus courtes basées sur une formule unique déclinée en différents formats, en fonction de la taille des travaux. La re-fonte de Koltout s'inscrit totalement dans cette démarche », confirme Valérie Jauffrit, chef de produit DIY AC Marca. De son côté, Henkel continue à miser sur Glooky, un assistant virtuel accompagnant les consommateurs en magasin afin de leur permettre de choisir la colle la plus adaptée à leurs besoins. « Lancé il y a trois ans, Glooky fédère désormais 550 000 utilisateurs

dans quatorze pays et nous optimisons cet outil régulièrement. Nous avons par exemple récemment intégré la marque de distributeur de Leclerc et ajouté un nouveau segment, celui des mastics, catégorie pour laquelle le parcours utilisateur a été développé spécifiquement, ceci afin d'apporter la meilleure recommandation produit possible », conclut Florian Galland, Senior Digital Marketing Manager. ●



AC Marca: le plein d'innovations pour 2024

« AC Marca connaît une belle évolution du volume de ses ventes en 2023 avec notamment de nouveaux clients sur le marché français. Notre entreprise participe ainsi fortement de la dynamique du secteur des colles, notamment grâce à sa capacité à lancer de nouveaux produits. L'innovation fait en effet partie du cœur de notre développement. Nos services R&D travaillent en permanence sur de nouvelles formulations pour offrir des produits

toujours plus performants et durables aux consommateurs, mais également sur les packagings afin de proposer une offre toujours plus lisible avec des références faciles à utiliser.

Pour cette année 2024, nous innovons avec une formule améliorée pour notre gamme de colles de fixation Koltout, amélioration en termes de praticité et de facilité d'application, avec un séchage plus rapide et une plus grande résistance aux charges lourdes. Cette nouvelle gamme bénéficie par ailleurs d'une formule ultra-polyvalente (tous matériaux, tous supports, intérieur/extérieur, même sous l'eau) et d'un packaging beaucoup plus simple à lire (cf. page 25). Enfin, nous innovons également sur la catégorie des mastics-colles avec la gamme Koltout Total Tech, une formule quadruplement normée aux prescriptions de construction européennes. Elle propose un parfait équilibre entre une colle de fixation et un silicone, le tout permettant de fixer des charges lourdes en conditions extrêmes mais aussi de faire des joints sanitaires ou de dilatation. »

Valérie Jauffrit, chef de produit DIY



Fixer Sans Percer: le retour!



« Sader relance sa célèbre gamme Fixer Sans Percer et a décidé de tout changer sauf son nom emblématique. Tout d'abord, la gamme a été retravaillée pour être plus claire et mieux répondre aux nouvelles attentes des consommateurs. Le nouveau Fixer Sans Percer réunit ainsi quatre colles multi-usages performantes déclinées dans différents formats: du petit tube pratique à la cartouche, en passant par les références ne nécessitant pas de pistolet pour leur application. L'objectif est que les bricoleurs puissent trouver facilement le produit adapté à leur projet. Le design des packs a donc été complètement retravaillé pour être davantage impactant et plus facile à comprendre.

Comme le développement durable est au cœur de la stratégie du groupe Bostik, Fixer Sans Percer se distingue également par sa durabilité. Une grande partie de la gamme est fabriquée en France, deux des références phares sont développées sur des formules bio-sourcées et les quatre produits sont conditionnés dans des cartouches recyclées PCR. Mais le groupe n'entend pas s'arrêter en si bon chemin et nos services R&D poursuivent leurs efforts afin de lancer courant 2024 de nouvelles références bio-sourcées sur d'autres segments, notamment celui des colles de réparation. »

Sarah Couderchet, chef de groupe DIY

HENKEL

3 questions à Mathilde Moreau, Junior Brand Manager

Henkel s'engage depuis longtemps en faveur des produits respectueux de l'environnement. Pouvez-vous nous rappeler la stratégie du groupe en matière de durabilité ?

Henkel a développé depuis de nombreuses années une stratégie basée sur trois piliers phares: régénération de la planète (à travers le développement de produits qui s'inscrivent dans une stratégie circulaire), des communautés engagées, des partenaires de confiance. Pour s'inscrire dans le pilier circularité, Henkel s'engage à supprimer le plastique de ses emballages blisters sur l'ensemble de ses marques, permettant ainsi de réduire de 44 tonnes la production de plastique par an en France.

• Quels sont vos projets de lancement pour 2024 sur le segment de la fixation ?

En 2024, Pattex lance un nouveau produit Ni Clou Ni Vis Fix et Defix, en format tube et cartouche, pour éduquer les consommateurs à adopter un nouveau geste: réutiliser plutôt que jeter. Ce produit permet d'étendre les habitudes d'usage des colles de fixation en proposant une formule démontable. En plus de ce nouveau geste, la cartouche sera fabriquée à base de plastique recyclé. Une campagne exceptionnelle éduquera les consommateurs à l'occasion de ce lancement.

• Apprendre de nouveaux gestes plus responsables aux consommateurs est effectivement important si l'on souhaite orienter le marché vers davantage de durabilité. Quels sont les objectifs pédagogiques de Henkel sur ce point ?

Au-delà de l'innovation Fix & Defix, il s'agit pour Henkel d'accompagner le consommateur vers des comportements plus durables en l'incitant à adopter de nouveaux gestes. Cela passe par le fait de l'encourager à choisir des formules plus propres comme Flextec (cf. page 25), notre nouveau mastic Colle Tout en 1 élu produit de l'année ou de l'amener à opter pour des emballages plus propres. Nous avons ainsi supprimé le plastique sur nos blisters et les packagings secondaires sur les tubes de fixation Ni Clou Ni Vis.



CYANOLIT

KOLTOUT

COLLE DANS TOUS LES CAS

**COLLE DANS
TOUS
LES CAS**

**NOUVEAU
LOOK**

MASTIC COLLE

**TOTAL
TECH**



**La solution la + polyvalente
pour tous les projets de fixation**



**CHARGES
LOURDES**



**TOUS MATÉRIAUX
& SUPPORTS**



**INTÉRIEUR
EXTÉRIEUR**

**Un parfait équilibre entre
une colle de fixation et un silicone
pour une polyvalence totale
à l'épreuve des travaux
les + exigeants**

**JOINTS CONFORMES
AUX NORMES DE
CONSTRUCTION CE**



www.cyanolit-colles.com

Dans les annonces
qui parlent d'écologie,
on voit souvent un enfant
qui court dans un champ...

...mais nous,
on ne travaille pas
beaucoup avec
les enfants.

zepros S'ENGAGE

Pour les Pros et l'environnement.
Par exemple, depuis toujours nos journaux sont imprimés
sur du papier 100% recyclé et nous utilisons
un procédé d'impression waterless.



Toutes nos convictions
et actions RSE sont
à découvrir ici.



Le papier peint pour de vrai

La déco a profité de son salon préféré, Maison&Objet, dont vous retrouvez les morceaux choisis en début de journal. Ici, nous mettons l'accent sur les innovations et il nous semble que c'est le papier peint qui les porte, avec notamment un incroyable procédé de réalité augmentée. On vous laisse découvrir cela page 31 : le principe consiste à donner vie aux personnages dessinés sur le papier peint. Quel enfant n'a pas vu les dessins bouger sur son papier peint, surtout le soir avec la peur au ventre ? Désormais, ils s'animent presque pour de vrai via une tablette. Et ça fait moins peur ! Autre innovation dans ce journal : le papier peint réellement peint et personnalisable. Le marché de la déco crée de la valeur ! Sur ce numéro, pas de baromètre GfK, mais pas d'inquiétude, le tableau de bord revient au prochain numéro.

LES NOUVEAUTÉS

30

VOS MARCHÉS

31

Douceur et légèreté...

Les teintes sont douces et les matières, organiques ou synthétiques, invitent au toucher.



La sélection de la rédaction

JACOB DELAFON

Simplicité, design et modularité



Des panneaux alu de 1,2 m de large

Jacob Delafon présente sa nouvelle collection Pano-style, une gamme de panneaux muraux design et intemporelle. La gamme de panneaux muraux a été travaillée pour créer une harmonie entre tous les éléments de la salle de bains. Ses décors sont utilisables dans tous les sens et trouveront leur place du mur au plafond. En pose verticale ou horizontale, dans un endroit sec ou humide, les associations sont multiples. Notons que les "Panostyle" peuvent être utilisés également dans d'autres pièces de la maison.

Le fabricant vise à offrir une solution simple, clé en main, sans concession sur l'aspect décoratif ou économique. Douze finitions : argile, béton, noyer, amande, marbre blanc, marbre noir, chêne naturel, Ceppo di gré, chevron, blanc, bleu nuit et Terrazzo (photo).

Les panneaux muraux sont disponibles à partir de 586,80 €, les profilés à partir de 70,80 €.

www.jacobdelafon.fr

NAÉ

Première collection de papiers peints... et personnalisables

Connu pour ses peintures à base de composants biosourcés Naé, Unikalo se lance dans le papier peint. Réellement peints et personnalisables, ces papiers peints sont fabriqués à la main en Gironde grâce à une technique de sérigraphie inspirée des manufactures traditionnelles. Cette première collection est composée de six décors déclinés en quatre ambiances. Particularité : ces papiers peints Naé sont réellement peints, avec les peintures à base de composants biosourcés, naturels et renouvelables. Ce papier peint naît de l'application successive de deux types de peintures : un fond en peinture Naé mat et des motifs en peinture Naé velours pour un effet en relief. Cette collection permet d'accorder les teintes de la peinture de ses murs à son papier peint, pour une harmonie parfaite. Un configurateur en ligne permet de choisir les couleurs du fond et des motifs du papier parmi les 361 teintes Mise en Couleur, pour un papier peint unique et original. Les dimensions des lés sont également personnalisables en hauteur. Peints sur du papier intissé recyclé de 120 g/m², ils sont particulièrement résistants et durables.

Prix : 62,38€ TTC le lé de 0,53 m x 2,8 m, au choix parmi les 6 ambiances et 4 décors.

www.nae-deco.com



EHLO

Une collection dans le vent !

La nouvelle collection de pots Elho baptisée Jazz se décline en quatre coloris tendance. Sa texture très originale est un atout. Et sa légèreté en étonnera plus d'un. Un petit coup de peps dans la déco avec des couleurs énergiques. L'intégralité de la collection est en plastique 100% recyclé et recyclable. Petit plus, elle est entièrement produite avec de l'énergie éolienne.



Coloris : blanc soyeux, rouge toscan, jaune ambré et lavande lilas. Diamètres proposés : 14, 16, 19, 23 et 26 cm. Prix : à partir de 6,95 €.

www.ehlo.com

MANUFACTURE XXI

Noda l'exploratrice

Créée en 2020 à Dijon, Manufacture XXI revendique un design collaboratif, vertueux et exploratoire autour des matières. L'acteur du mobilier et de l'objet adosse son savoir-faire sur l'outil de production de la société Cogitech pour proposer une collection de luminaires organiques et poétiques. Les lampes Noda sont fabriquées à partir d'un composite écoresponsable, formulé à base de cellulose recyclée. Transformée à froid, cette solution peut être moulée ou façonnée. Teintée dans la masse avec des pigments naturels, la collection est proposée au catalogue en sept teintes, mais des versions sur mesure sont également possibles : couleurs personnalisables à l'infini, finitions texturées, lisses, mates ou brillantes à la demande.

Dimensions : 48 cm x 26,5 cm x 13,5 cm. Prix : 490 € TTC.

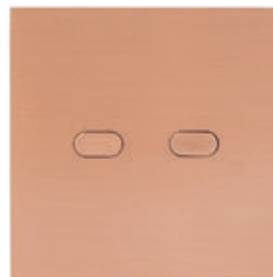
www.manufacture21.fr



MELJAC

Une teinte de pêche pour la mise en lumière

Le fabricant français d'interrupteurs et prises haut de gamme présente ses modèles en verre trempé et en laiton traité ou peint, aux tons doux et veloutés de la couleur pêche, l'une des couleurs de l'année 2024 pour la décoration d'intérieur. Une teinte discrète et sophistiquée qui parfait une ambiance contemporaine avec une touche de romantisme. Ces produits sont fabriqués en France et durables, puisqu'en laiton massif. Les créations Meljac mêlent ainsi matériaux nobles et couleur 2024 pour une ambiance contemporaine qui invite au calme et au confort.



www.meljac.com

SIGN'NATURE

Un parfum de luxuriance



Sign'NATURE anticipe l'arrivée des beaux jours avec deux nouveaux papiers peints qui soufflent un air de printemps dans la maison. Pour célébrer le renouveau de la nature et exaucer les envies de changement, ces nouveaux décors – Pensées Sauvages et Entre Parenthèses – offrent couleur, douceur et fraîcheur pour composer des ambiances inspirantes et tendances. Pensées Sauvages revisite le motif végétal en proposant un amoncellement de fougères stylisées sur un fond évoquant les toiles de jute.

Prix de vente grand public conseillé : 68,95 € le rouleau.

www.signaturedexception.com





Cromology a nommé Mickaël Hamot au poste de directeur général de Cromology France.

La société appartenant à DuluxGroup, filiale de Nippon Paint Group, quatrième acteur mondial de la peinture (et leader en Asie), a nommé Mickaël Hamot à sa direction France depuis le 1^{er} janvier 2024. L'homme a intégré la société Cromology en août 2022 en tant que directeur général des réseaux intégrés. Entre 2016 et 2022, il a été directeur régional France pour

NOMINATION

Cromology nomme un nouveau directeur général France

la région Ouest et membre du comité de direction pour l'Europe de l'Ouest chez Hilti (producteur et distributeur d'outils professionnels (6 Md€ de CA, 30 000 employés)). Mickaël Hamot est diplômé de la Neoma Business School et de l'INSEAD (Advance Management Program, 2017). Richard Stuckes, Chief Operating Officer de DuluxGroup International et président de Cromology, a annoncé cette nomination.

Pour pros et particuliers

Pour rappel, acteur européen du secteur de la peinture décorative, Cromology conçoit, fabrique et distribue un large assortiment de peintures et de produits de

décoration pour les applicateurs professionnels du bâtiment et les particuliers. Elle sert ses clients via 380 points de vente intégrés, ses sites e-commerce et les réseaux de ses partenaires distributeurs indépendants, négoce et multispécialistes, GSB et pure-players marketplaces. Fort de

3 000 collaborateurs, Cromology est présente dans huit pays : Belgique, Espagne, France, Italie, Luxembourg, Maroc, Portugal et Suisse. Pour souligner ses capacités d'innovation, Cromology souligne que 20 % de son CA est généré par des produits de moins de trois ans. ●



DÉCORATION 2.0

Hovia fait danser le papier peint



Hovi lance Boogie, un papier peint en réalité augmentée dont les personnages s'animent grâce à un effet Instagram.

Le papier peint Boogie met en scène différents danseurs dansants et colorés qui s'animent grâce à un effet Instagram. Le papier peint fusionne les dernières tendances déco avec la technologie pour donner vie à un revêtement mural interactif et ludique. Hovia a créé ce papier peint en réalité augmentée grâce à la technique d'animation par rotoscopie, qui consiste à dessiner par-dessus les éléments d'une vidéo, image par image. La vidéo est ensuite retirée pour laisser place à une animation

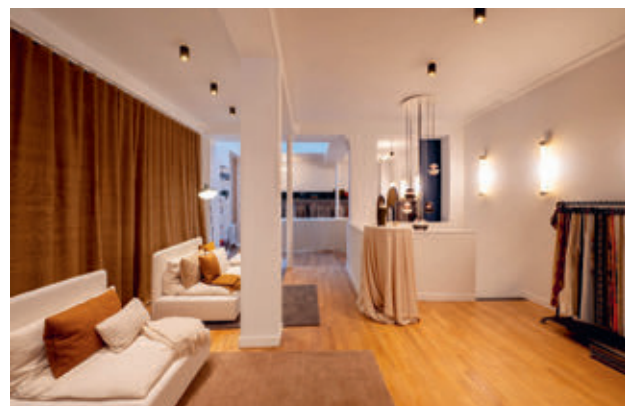
très réaliste. La séquence d'animation complète du papier peint Boogie a nécessité cinq semaines de travail et 645 différents dessins. Les mouvements de danse des personnages sont visibles grâce à un filtre Instagram développé avec Meta Stark. « La mission de notre marque est de créer des espaces qui apportent de la joie, et Boogie marque le début d'un nouveau type de produit à cet effet. Mon objectif est d'élargir notre gamme interactive en introduisant des modèles pour enfants. J'aime beaucoup l'idée de voir des petits personnages ou animaux prendre vie devant un enfant grâce à la caméra d'un iPad », commente Jessica Lee, Creative Designer chez Hovi. ●

IDENTITÉ DE MARQUE

Christian Fischbacher devient Fischbacher 1819

Le créateur de textiles, dont l'histoire remonte à plus de deux siècles, a dévoilé le nouveau visage de son showroom parisien, imprégné de sa nouvelle identité de marque : Christian Fischbacher devient Fischbacher 1819. La marque suisse saisit cette impulsion pour offrir un renouveau à ce showroom situé rue du Mail et inauguré le 16 janvier dernier, à l'occasion de Paris Déco Off. Fischbacher 1819 a fait appel à l'architecte suisse Roger

Bechtiger pour l'accompagner dans le projet de rénovation de son showroom parisien. « Nous y avons vu un charmant espace de vie parisien du XIX^e siècle qui, au fil des ans, avait été esthétiquement appauvri. Nous avons abattu des cloisons, redonné au sol sa beauté d'origine, ôté le faux plafond qui réduisait drastiquement la hauteur de la pièce... », explique Michael Fischbacher, le P-DG de Fischbacher 1819. ●



Vite !

DESIGN

Une expo signée Tarkett



La marque de revêtements de sol présente, en partenariat avec les designers de Studio Rens, une exposition révélatrice des secrets du linoléum. Ils y dévoilent les facettes méconnues du linoléum en présentant trois nouvelles applications spatiales de ce matériau bien connu. Baptisée Lino Undercover, l'exposition est visible à l'Atelier Tarkett, dans le Marais à Paris, jusqu'en avril prochain, après une première présentation à la Dutch Design Week d'Eindhoven (Pays-Bas) en octobre dernier.

ÉVÈNEMENT

Foire de Paris fête ses 120 ans



Du 1^{er} au 12 mai 2024, la première foire de France fera son grand retour à Paris, Porte de Versailles. Quelque 1 300 exposants, des milliers de marques et produits réunis sur six halls d'exposition. Des centaines de milliers de visiteurs attendus pour une édition haute en couleur qui célébrera les 120 ans de l'évènement, avec de nombreuses surprises et nouveautés annoncées. En 2024, Foire de Paris mettra en lumière trois de ses secteurs emblématiques, reflets des grandes tendances de consommation : la rénovation de l'habitat, l'artisanat de France et du monde ainsi que la mobilité. À noter : en cette année exceptionnelle célébrant les 120 ans, France Renov, le service public de la rénovation de l'habitat privé, sera de la partie.



NOUVEAU!

DÉCOUVREZ LE 1^{er} NUMÉRO DE ZEPROS RÉNO

Le seul journal dédié aux acteurs
de la rénovation énergétique.



À découvrir
sur bati.zepros.fr



Faites comme Paulo,
flashez le QR code
et lisez Zepros RÉNO





JARDIN

La sainte dégradation

L'année 2024 est celle qui « béatifie » la dégradation, le pourrissement... des déchets organiques. C'est un peu étrange, mais c'est come ça ! Il est de bon ton de mettre des épluchures, ses feuilles et autres reliefs de repas dans un bac à compost pour s'extasier devant le travail de nos nouveaux amis les vers, bactéries et autres champignons. Heureusement, les fabricants rivalisent de design pour nous faire passer la pilule du traitement des biodéchets obligatoires depuis le 1^{er} janvier. Heureusement aussi, certains fabricants proposent des activateurs de cette dégradation... Sur ce numéro, pas de baromètre GfK, mais pas d'inquiétude, le tableau de bord revient au prochain numéro.

LES NOUVEAUTÉS

34

VOS MARCHÉS

35 À 37

L'écoresponsabilité de rigueur

Les fabricants proposent des produits plus durables, recyclables, et réparables. Ils s'activent aussi à aider les jardiniers à mieux composter.



La sélection de la rédaction

GF GARDEN

RECO, le bon tuyau

Plus de 70 %
de matières
recyclées



La filiale d'Exel Industries sort RECO, sa première gamme d'accessoires d'arrosage fabriquée avec plus de 70 % de matières recyclées.

Cette gamme "made in Italy" dispose des indispensables dévidoirs, tuyaux, arroseurs, raccords, terminaux, kits de micro-irrigation, nez de robinet... Le tuyau d'arrosage Ultramemory est conçu à partir de 75% de matières recyclées. Grâce à sa technologie Foamed Technology et à ses

cinq couches, sa structure lui permet de reprendre sa forme d'origine sans déformation sous la pression de l'eau. Son système TNT (Tricoflex Non Torsion) lui confère légèreté et souplesse, ainsi que des propriétés anti-vrilles et anti-nœuds, pour un débit d'eau constant. Sa surface interne anti-algues ne contient pas d'agents contaminants (cadmium, baryum et plomb) transmissibles dans l'eau.

Résistant aux UV et à la pression (jusqu'à 20 bars). Garantie 15 ans. Disponible en 3 coloris : fuchsia, sauge et lime. Disponible en Ø 12,5mm, 15mm et 19mm et dans les longueurs 15 m, 25 m et 50 m. Prix de vente conseillé du tuyau seul : entre 49,99 et 99,99 € TTC.

www.gfgarden.it/fr

ALGOFLASH

Activateur de compost

Le compostage transforme les matières organiques en humus sous l'action de l'oxygène, de micro-organismes (bactéries et champignons), d'insectes et d'invertébrés. Pour accélérer le processus, qui peut varier de quatre à douze mois, et profiter plus rapidement d'un compost mûr, de qualité et homogène, Algoflash Naturasol propose l'Activateur de compost. Utilisable en agriculture biologique, il accélère la décomposition naturelle des déchets végétaux du jardin (feuilles mortes, tontes de gazons, brindilles, paille...) et des déchets alimentaires en six à huit semaines. Il apporte les éléments nutritifs aux bactéries et aux vers, et favorise ainsi la transformation des matières organiques en humus.

Composition : tourteau végétal, dolomite, poudre d'os et de viande, vinasse de betterave. Boîte de 1,8 kg. Prix de vente conseillé : 7,79€ TTC. Produit distribué par Compo France.



www.algoflash.fr

INTEX

Créateur des tubes de l'été

Le fabricant de piscines dévoile sa nouvelle gamme de toboggans et portiques-balançoires pour les enfants de 3 à 10 ans disponibles avec un à cinq agrès (balançoire, siège bébé, nid d'oiseau, face à face, anneaux). Ils sont fabriqués à partir de matériaux de haute qualité. Leur particularité ? Ils sont inspirés du savoir-faire de conception des tubes en métal des piscines tubulaires Intex.



Tous les portiques-balançoires sont dotés de dispositifs de sécurité tels que des sièges confortables, des chaînes et des cordes résistantes, ainsi que des fixations robustes pour garantir une expérience de jeu en toute sécurité.

Prix public indicatif : à partir de 159 € TTC.

www.intex.fr

BLACKFOX

Chic en synthétique... recyclable



Après le lancement de ses premiers sabots fabriqués en France, Blackfox poursuit avec l'arrivée de nouvelles bottes en février. Fabriquées dans le Maine-et-Loire, à 3 km de l'entreprise, chez son partenaire voisin L'Atelier insolite (acteur français engagé dans une démarche de RSE globale), elles arborent un look élégant et sobre à la fois pour un style "frenchy" au jardin. Pour la conception de cette collection Durance, la marque a choisi un caoutchouc synthétique (SEBS) sans chlore ni phtalate, léger, facile d'entretien et surtout... recyclable à l'infini, à la différence du caoutchouc naturel.

Disponibles en 3 coloris : framboise, kaki et marine. Prix : 38,90 €.

www.blackfox-shop.com

ENO

Combo Plancha Initial 50 Électrique, un combo qui roule

La marque référence de la plancha en fonte émaillée haut de gamme combine la nouvelle plancha électrique Initial sur un chariot en acier galvanisé thermoplaqué noir. Avec une puissance de 2200 W, elle monte rapidement en température. Ses deux tablettes amovibles et ses deux roues facilitent son déplacement. Un écran digital permet de contrôler la température. La plaque fonte émaillée est garantie à vie, foyers et châssis en inox sont garantis 10 ans. Cette nouveauté est conçue pour être durable et réparabile, certifiée Longtime. Rebords anti-projections.

Bol récupérateur inox. Puissance : 2,2 kW. 4/6 personnes. Poids : 26,5 kg. Prix : 629,30 €.



www.plancha-eno.com

ELHO

Seedtray, compartiments écolo



Pour éviter l'utilisation des godets jetables, le fabricant propose la solution green basics Seedtray, soit une barquette de pots de culture durable, idéale pour démarrer la première étape des semences. Design et facile à utiliser, la barquette est composée de compartiments pour organiser les semis et empêcher que les racines ne se gênent. Son fond troué facilite le retrait des plantules fragiles, pour leur replantation dans un pot plus grand ou au potager.

Plastique 100 % recyclé et recyclable et produit à l'énergie éolienne. Longueur : 22 cm. Prix de vente conseillé : 5,49 €. Taille S. Existe en tailles M et L.

www.elho.com/fr

RÉCOMPENSE

Les Trophées Jeunes Pousses de la Pet Tech voient le jour

L'association Promojardin-Promanimal a décidé de mettre en lumière des jeunes talents en créant les Trophées Jeunes Pousses de la Pet Tech.

En hausse continue depuis plusieurs années, le marché de l'animal de compagnie est un moteur du secteur non-alimentaire. Cette dynamique exceptionnelle est due à la créativité des acteurs historiques, mais aussi à la multiplication de jeunes entreprises qui proposent de nouveaux produits et services. Le jury, composé de personnalités éminentes du marché, remettra un prix dans cinq catégories à la start-up qui aura su se distinguer par la qualité de son projet : alimentation, soin, service, accessoire, high-tech.

« Nous nous focalisons sur l'animal de compagnie, et cela concerne les nouveaux services ou produits innovants et créés par une start-up, commente Hanan Abdesselem, secrétaire générale. L'idée est de mettre en avant les nouveautés et de faire le lien avec des sociétés, de mettre en relation ces personnes qui n'ont pas forcément les bons contacts vers les dirigeants du secteur et les distributeurs. Une appli peut intéresser un distributeur qui veut la mettre en place dans sa partie service, ou des fabricants. »

Marché en croissance

L'association vise un objectif d'une quarantaine de dossiers. Les candidats ont jusqu'au 6 février pour se manifester sur le site. L'événement est organisé en collaboration avec La Meute,



club de dirigeants de start-up ayant un impact positif sur le bien-être animal. Rappelons que

le marché de l'animal de compagnie pèse 5,8 Md€, soit +7 % en valeur par rapport à 2021. ●

NOS AMIS LES BÊTES

En bonne compagnie : les animaux à la TV!



La bande de Sophie : Pierre Fabing, vétérinaire; Emy LTR, autrice, comédienne, réalisatrice de contenus pour les réseaux sociaux; Kamini, chanteur, comédien, chroniqueur baroudeur.

Avec Sophie Davant à la présentation, les animaux s'emparent de l'antenne pour une expérience familiale, divertissante et pédagogique. La France compte près de 80 millions d'animaux de compagnie. Entourée d'une bande de passionnés d'animaux et de spécialistes, Sophie Davant cherche à mieux les comprendre et à révéler leurs secrets. Combats d'associations engagées, découvertes insolites, rencontres émouvantes... Chaque semaine, elle proposera une immersion à la découverte des animaux, des plus familiers aux plus

mystérieux. Une personnalité vient se confier sur le lien particulier qu'elle entretient avec son animal favori et dévoile son quotidien avec lui. Conseils et astuces sont au programme de cette nouvelle émission hebdomadaire. Un vétérinaire est présent pour répondre aux questions des téléspectateurs et une équipe de comportementalistes animaliers va silloner la France pour aider la population à cohabiter plus harmonieusement avec ses animaux. Désormais, le samedi à 15h35 sur France 3, on sera toujours En bonne compagnie! ●

NOMINATION

Nouveau DG chez SBM Life Science France

SBM Life Science annonce la nomination de Laurent Davier au poste de directeur général France. L'homme est bien connu du secteur puisqu'avant d'intégrer SBM Life Science, il a occupé diverses fonctions au sein d'une des principales enseignes de jardinerie françaises, à savoir botanic®, notamment à la gestion des stratégies du jardin. Diplômé de l'Université Savoie Mont Blanc, où il a obtenu un master en marketing et management, Laurent Davier, 46 ans, a intégré SBM Life Science en 2020 au poste de directeur marketing Europe. Dès 2021, il est devenu directeur marketing et Achats Europe. « Mon objectif est de continuer à accompagner les consommateurs pour renouer avec la nature, renforcer notre présence sur le marché français en capitalisant sur nos récentes réussites et poursuivre la politique



d'innovations responsables », commente Laurent Davier. Matthieu Schmidt, directeur Europe de SBM Life Science, met en avant la connaissance approfondie du marché et une expérience remarquable au sein de SBM en Europe: « Le parcours de Laurent Davier, sa vision stratégique seront des atouts majeurs au sein de SBM Life Science France pour dynamiser les équipes commerciales, marketing, supply chain et support, et pour mener à bien nos objectifs de croissance sur le territoire. » ●

Vite!

PASSATION

La SFG change de président



Le conseil d'administration, dans sa séance du 18 janvier dernier, a nommé Luc Bourigault à la présidence de la SFG. Il succède ainsi à Jean-Marc Lecourt, qui a occupé ce poste pendant 22 ans. Luc Bourigault, directeur opérationnel des Gazons de France, a indiqué qu'il poursuivra l'ensemble des travaux et missions entrepris par J.-M. Lecourt. Pour rappel, la vocation de la SFG est de promouvoir les sciences et techniques et vulgariser les connaissances relatives au gazon.

DEPART

Husqvarna: Pär Åström quitte le groupe

Pär Åström, directeur de la division Gardena, quitte le groupe. Son départ de Husqvarna Group est prévu pour le 30 juin 2024. « Nous remercions Pär Åström pour sa contribution à Gardena et au groupe Husqvarna. Sous sa direction, la division Gardena a progressé pour devenir le leader mondial de l'arrosage résidentiel et a renforcé ses positions de marque leader du jardin », commente Pavel Hajman, CEO de Husqvarna Group. Pär Åström avait rejoint Husqvarna Group en 2013. Il a occupé diverses fonctions de management et était membre exécutif du conseil d'administration depuis 2015. Le recrutement de son remplaçant est en cours...

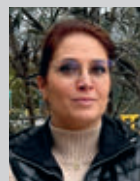


Vite !

NOMINATION

Nouvelle DG pour Vie & Véranda

Le fabricant de vérandas, extensions et pergolas haut de gamme de conception française annonce la nomination de Céline Pascal au poste de directrice générale de l'entreprise. Ayant rejoint la société feyzinoise en novembre, Céline Pascal a pour mission d'accompagner et de renforcer le développement du groupe. Elle a comme premier projet d'ampleur de l'engager dans un virage industriel, devenu nécessaire pour pérenniser ses capacités de production et garantir à l'ensemble de son réseau une qualité constante de service. Reportant directement auprès de Lucas Pinoncelly, président de Vie & Véranda, elle a désormais sous sa responsabilité les directions Industrielle, Commerciale, Ressources Humaines, Administrative et Financière, Systèmes d'Information, Juridique et Marketing du groupe.



LIBRAIRIE

Guide des consommateurs Jardin

Le troisième Guide des Consommateurs Jardin est proposé aux professionnels depuis le mois d'octobre 2023. Une conférence de lancement a été mise en place à Orléans dans le cadre de la réunion de l'Institut des Tendances Jardin. Il est vendu à 95€ TTC aux professionnels. Cette édition est à peine sortie que la prochaine est déjà en route... « En 2025/2026, nous allons travailler sur un nouveau sujet : l'évolution de la distribution jardin. Nous serons en quatrième année et le guide commence à être connu, cela nous permet de nouveaux partenariats », confie Roland Motte.



FÉDÉRATION

Les bons vœux de la JAF



De gauche à droite : Laure Girardeau (responsable des affaires sociales), Camille Weber (chargée des affaires réglementaires animales et communication), François Pauly (expert Jardin), Patrick Abadie (responsable des affaires réglementaires Végétal), Thomas le Rudulier (secrétaire général), Emmanuelle Marvie (présidente).

La fédération des Jardinerie et Animaleries de France a profité de ses vœux 2024 pour présenter son équipe et faire un bilan de l'année.

La fédération compte 1550 points de vente adhérents avec 8 enseignes et 98 jardinerie indépendantes pour un total de 21000 salariés représentés. Constituée en comités, la fédération agit au niveau du dialogue social pour la revalorisation des salaires. Si les négociations se sont bien passées, on a bien compris que les parties n'avaient au final pas trouvé d'accord sur la ligne salariale de base du secteur. Des projets sont en cours sur des accords sociaux en 2024

sur les thématiques de la diversité, la RSE...

Valoriser le métier

L'autre mission capitale de cette fédération consiste à valoriser le métier de la jardinerie (vidéos, formations) et de peser sur les négociations environnementales. On sait qu'en 2023, la JAF a participé à l'élaboration d'un plan d'économie d'énergie qui a atteint 21,5 % pour la filière. La fédération accompagne aussi les nouvelles filières REP, négocie les arrêts sécheresse pour les jardinerie, la mise en place du recyclage des pots, déploie son label sur le bien-être animal et en prépare un spécifique aux animaux de basse-cour. ●

LANCEMENT

Adopte un chat avec Meilleurseleveurs.com



Maintenant que l'achat de chiots est interdit en animalerie, une marketplace d'éleveurs montre le bout de sa truffe...

Pour rappel, la loi contre la maltraitance animale est définitivement entrée en vigueur le 1^{er} janvier 2024. Elle interdit notamment la vente des chiens et chats en animalerie. L'objectif est de lutter contre l'achat impulsif d'animaux et leur utilisation par les magasins comme produit d'appel. Désormais,

une famille qui adopte doit se tourner vers un refuge ou un éleveur professionnel. Mais le manque de visibilité ou d'information concernant les élevages (tarifs, disponibilité, portée, conditions d'élevage) peuvent transformer le désir d'adoption en parcours du combattant. Pour contrer ces difficultés mais aussi éviter aux adoptants de tomber sur des éleveurs peu scrupuleux, des marchés parallèles, ou des arnaques de sites de petites annonces, ses fondateurs ont créé la plateforme meilleurseleveurs.com. Une plateforme d'adoption d'animaux de compagnie garantie 100 % éleveurs professionnels. Le site se positionne comme une solution fiable pour les futurs adoptants. ●

TROPHÉES

Paysalia Innovations Awards 2023: les lauréats

Organisés par l'Unep (Union nationale des entreprises du paysage), les trophées Paysalia Innovations Awards récompensent tous les deux ans les produits novateurs imaginés par les entreprises du secteur du paysage. Lors de la dernière édition du salon Paysalia, à Lyon Eurexpo, le jury a dévoilé son palmarès 2023. Les projets vertueux et durables récompensés :

• Le 1^{er} prix est revenu à Koppert France pour son innovation Entonem

Koppert a développé pour le marché des jardins et espaces verts ce produit à base du nématode auxiliaire *Steinernema feltiae*, pour lutter contre les chenilles processionnaires du pin et du chêne. Actif à des températures froides, il s'applique en pulvérisation sur les arbres affectés par le ravageur. Avec un système de double action, il agit par contact et ingestion sur le stade chenille et présente de nombreux avantages : traitement curatif sur les stades juvéniles des espèces, aucune contrainte réglementaire (classé catégorie de macro-organismes), sans danger pour

la faune auxiliaire possible en période de floraison, formulation biodégradable...

• Le 2^e prix est décerné à Capillum pour son innovation paillages et disques

Ce paillage 100 % fabriqué en France à partir de cheveux coupés et biodégradable est parfaitement adapté à une agriculture biologique. Naturellement isolant, il limite l'évaporation de l'eau des sols, ce qui lui permet de limiter l'arrosage. Le paillage Capillum est également une alternative au désherbage. Cela s'explique par la structure naturelle de la fibre capillaire, qui bloque la lumière et limite ainsi la pousse de mauvaises herbes. Cette structure lui permet également d'agir comme une barrière physique face aux limaces et escargots.

• Le 3^e prix pour Moasure et son innovation Moasure® ONE

Le Moasure® ONE offre une manière entièrement nouvelle et unique de mesurer des formes complexes, de calculer rapidement une superficie et de relever les différentes hauteurs d'un terrain. ●



Le palmarès du salon Paysalia 2023 :
1 - Koppert France
2 - Capillum
3 - Moasure® ONE



TONDEUSES

Honda veut être le numéro deux du robot !

Après avoir définitivement arrêté son activité jardin sur le marché américain, Honda se concentre sur son usine d'Orléans, dans le Loiret. Centre de production mondial de ses robots de tonte, la société veut en devenir le numéro deux. Et elle s'en donne les moyens.

Après deux années euphoriques, le marché du jardin est quelque peu à la peine. Beaucoup de jardins sont déjà bien équipés. Dans le même temps, les conflits armés se multiplient, entraînant des tensions sur les coûts et une forte inflation. La dégradation continue de l'environnement n'arrange rien. Rien ne se passe comme prévu après l'épisode Covid-19. Face à cette situation, Honda s'est fixé une nouvelle stratégie. « Face à l'inflation, nous avons tout fait



Le moteur 4 Temps, une des forces de Honda.



pour maîtriser nos hausses tarifaires afin de rester attractifs auprès de nos clients, fait remarquer Uwe Olliges-Jansen, directeur France de la division Power Products. *Nous nous concentrons sur nos forces : les moteurs, dont nous sommes le leader mondial des modèles thermiques, et notre réseau.*

Combinaison des énergies

Face à la dégradation des conditions climatiques, Honda s'investit. « Nous avons un rôle à jouer dans cette évolution, plaide notre directeur. Notre objectif est la réduction des émissions de CO₂ en travaillant sur plusieurs voies comme les panneaux solaires, l'hydrogène, le bio-fuel et les batteries. L'avenir est à une combinaison de ces énergies. »

Côté batteries, Honda se focalise sur de nouvelles technologies

qui limiteront, voire élimineront les terres rares pour des accus plus légers. Parallèlement, la société travaille sur la réduction de la consommation et des émissions de ses moteurs thermiques. Son objectif est d'arriver à la neutralité carbone sur l'ensemble de ses produits et de ses activités.

Objectif 130 000 robots en 2025

Le robot de tonte est l'un de ses axes prioritaires de développement. En France, deuxième marché européen, il s'est vendu environ 100 000 unités en 2023. « À l'horizon 2025, nous devrions dépasser les 130 000 robots vendus, plaide Uwe Olliges-Jansen. Notre objectif est de tripler nos ventes pour devenir le numéro deux du marché français ! » Pour cela, la société a réorganisé son



© Denis Bonner

usine d'Orléans, la seule au monde à produire les robots de la marque, pour produire cinq nouveaux modèles.

Destinés à des surfaces de 1 000 à 4 000 m², ces nouveaux Miimo bénéficient de développements importants en matière de navigation, de connectivité et de capteurs. « Nous conservons le câble périmétrique qui nous paraît être la meilleure solution pour que le robot reste dans sa zone de travail, confie Maxence Zacharie, directeur marketing. Mais certains modèles bénéficient d'une nouvelle assistance par satellite pour retourner plus facilement à la base ou pour définir des zones neutres où Miimo ne tond pas. »

La mémoire de Miimo

La connectivité est assurée par l'application dédiée Mii-monitor qui permet un suivi du robot

depuis son smartphone. Elle permet également de repérer la machine grâce à un signal GPS. En outre, une connexion à la météo permet au robot de choisir le meilleur moment pour tondre. Les modèles Live bénéficient, en plus, d'une connectivité 4G/3G. Et ils cartographient les jardins et les gardent en mémoire. « Miimo est plus qu'une tondeuse robot, c'est l'engagement de Honda à redéfinir l'entretien des pelouses, annonce Makoto Sato, responsable Europe des Produits d'Équipement chez Honda Motor Europe. Notre nouvelle gamme Miimo incarne notre ingénierie de précision et notre innovation, faisant évoluer l'expérience de l'entretien du jardin. » Des atouts pour monter sur la deuxième marche du podium ! ●

Patrick Glémas

BONNE IDÉE

Des bons d'achat pour récupérateur d'eau

Dans les Landes, on ne laisse pas filer l'eau. Selon Sud-Ouest, la communauté des communes du Pays Morcenais (Mor-

cenx) offre 45 € pour l'achat d'un récupérateur d'eau quelle que soit la marque, mais il faut être habitant soit d'Arengosse, Lesperon,



Morcenx-la-Nouvelle, Onesse-Laharie, Ousse-Suzan ou Ygos-Saint-Saturnin (que l'on connaît par ailleurs pour Lamarque Sogry Bois). Cent bons d'achat sont offerts et valables pour l'acquisition de récupérateurs d'une contenance minimum de 300 litres chez Briconautes, Gamm vert, la Jardinerie des Sources et Super U locaux. Il paraît même qu'en publiant sur Facebook/Meta une photo de leur récupérateur installé, muni du sticker Communauté de communes, les bénéficiaires gagneront un cadeau supplémentaire. ●

INSPIRATION

Bayrol s'aménage chez les piscinistes

Connue pour vendre une gamme complète de produits d'entretien et de traitement de la piscine, la marque Bayrol a lancé BAYROL Inside, « un service qui permet de créer, transformer et optimiser un espace

de vente ». Ce merchandising « clé en main » est destiné aux piscinistes indépendants pour dynamiser leurs activités commerciales par la réinvention de leur espace de vente/show-room. ●



HARCÈLEMENT SEXUEL

la définition, la loi, les aides

Les actions judiciaires pouvant être engagées par les salariés victimes ou témoins de faits de harcèlement sexuel sont toutes aussi nombreuses que les services pouvant être saisis. On fait le point.

■ QU'EST-CE QUE LE HARCÈLEMENT SEXUEL ?

La lutte contre les violences sexistes et sexuelles dans le monde du travail passe par une bonne compréhension de ce que sont ces comportements illicites. Or, le harcèlement sexuel est une notion complexe à définir car elle recouvre une multitude de propos et comportements et peut, en conséquence, prendre des formes très diverses. La difficulté tient également au fait que la loi (article 1153-1 du Code du travail) distingue deux types de harcèlement sexuel : la pression grave dans le but d'obtenir un acte de nature sexuelle et les propos ou comportements à connotation sexuelle non désirés et répétés.

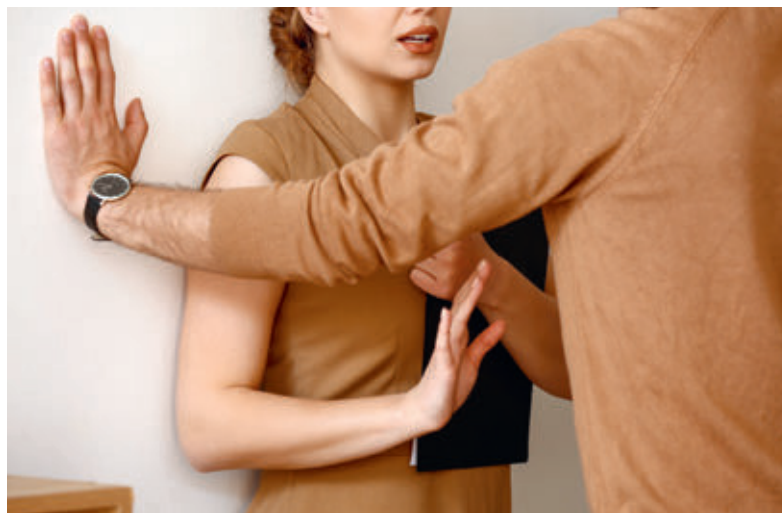
■ ATTENTION À BIEN DISTINGUER LES DIFFÉRENTS CAS DE HARCÈLEMENT SEXUEL !

Afin de mieux les dénoncer et de mieux les combattre, il est important de bien distinguer les deux types de harcèlement sexuel établis par le législateur.

● La pression grave dans le but d'obtenir un acte de nature sexuelle :

Ce premier type de harcèlement sexuel – également appelé harcèlement sexuel assimilé – est relativement facile à identifier : c'est un abus d'autorité, concrétisé par des menaces sur les conditions de travail, des actes de chantage à la promotion ou au licenciement, pour obtenir des actes sexuels.

● Les propos ou comportements à connotation sexuelle non désirés et répétés :



© AdobeStock

Moins facilement appréhendable, cette seconde catégorie de harcèlement sexuel, aux effets tout aussi pernicieux, regroupe un ensemble de propos ou comportements qui, du fait de leur caractère répété, insistant et non désiré, créent un climat intimidant, outrageant, ceci même sans l'expression de menaces évidentes.

■ LE HARCÈLEMENT SEXUEL : UN DÉLIT PÉNAL

En application de l'article 222-33 du Code pénal, les auteurs de harcèlement sexuel encourrent une peine de deux ans d'emprisonnement et de 30 000 € d'amende qui peut, selon les cas, être portée à trois ans d'emprisonnement et 45 000 € d'amende.

■ AGISSEMENT SEXISTE ET AGRESSION SEXUELLE : DES CAS SPÉCIFIQUES

● L'agissement sexiste :

L'introduction de la notion d'agissement sexiste dans le Code du travail, par la loi du 17 août 2015 relative au dialogue social et à l'emploi, vise à combattre le « sexisme ordinaire » auquel peuvent être confrontés les salariés. Remarques et blagues sexistes, interpellations familières (« ma petite », « ma mignonne », etc.) et autres considérations sexistes sur la maternité ou les charges familiales sont ainsi réprimées par l'article L. 1142-2-1 du Code du travail.

● L'agression sexuelle :

Elle ne relève pas de la législation liée au harcèlement sexuel et regroupe l'ensemble des atteintes sexuelles commises avec violence, contrainte, menace ou surprise. À ce titre, elle est plus sévèrement réprimée. La peine encourue est de cinq ans d'emprisonnement et de 75 000 € d'amende.

■ LES OBLIGATIONS DE L'EMPLOYEUR : ACTION ET PRÉVENTION

Quels que soient la taille et le secteur d'activité de l'entreprise, l'employeur est soumis à une obligation de prévention et d'action en matière de lutte contre le harcèlement sexuel. Ainsi, sous peine de voir sa responsabilité engagée devant le juge civil, il doit prendre les mesures immédiates propres à faire cesser tout harcèlement dès qu'il en est informé. En amont, il doit également prendre toutes les mesures de prévention et d'évaluation préalables au titre de son obligation générale en matière de santé et sécurité (Article L. 1153-5 alinéa 1 du Code du travail).

■ LE RÉFÉRENT EN MATIÈRE DE LUTTE CONTRE LE HARCÈLEMENT SEXUEL

L'article L. 1153-5-1 du Code du travail impose à l'employeur de désigner un référent en matière de lutte contre le harcèlement sexuel et les agissements sexistes. Ce dernier est chargé d'orienter, d'informer et d'accompagner les salariés sur cette problématique. Pour garantir sa légitimité et sa visibilité auprès des salariés, le référent a naturellement vocation à intégrer le service chargé des ressources humaines de l'entreprise.

■ LE DROIT DES SALARIÉS À L'INFORMATION

La loi du 5 septembre 2018 pour la liberté de choisir son avenir professionnel a renforcé le cadre juridique contre le harcèlement sexuel et les agissements sexistes au travail, notamment en termes d'information des salariés. L'employeur doit ainsi informer ses équipes sur les thématiques suivantes par voie d'affichage :

- La définition pénale du harcèlement sexuel et les sanctions encourues,
- Les actions civiles et pénales ouvertes en matière de harcèlement sexuel,
- Les coordonnées des autorités et services compétents en matière de harcèlement sexuel.

■ QUI CONTACTER ?

● Les commissions paritaires régionales interprofessionnelles (CPRI) :

Elles ont pour compétences d'apporter des informations, de débattre et de rendre tout avis utile en matière de lutte contre le harcèlement sexuel et les agissements sexistes.

www.idf.drieets.gouv.fr

● Les services de santé au travail :

Ils conseillent employeurs et travailleurs sur les dispositions et mesures nécessaires afin de prévenir le harcèlement sexuel.

www.inrs.fr

● Les services de l'inspection du travail : Outre leurs missions de contrôle et d'enquête consécutives au signalement d'un harcèlement sexuel dans une entreprise, ils peuvent intervenir par des actions de prévention auprès des employeurs.

www.travail-emploi.gouv.fr ●

Laurent Feneau

ÉVALUER LES RISQUES DE HARCÈLEMENT SEXUEL DANS L'ENTREPRISE

Afin d'évaluer au mieux ces risques, il est conseillé d'avoir recours aux indicateurs suivants :

- existe-t-il un précédent nécessitant une vigilance accrue ?
- existe-t-il des situations de travailleurs isolés et/ou en situation de vulnérabilité (jeunes, travailleurs intérimaires, CDD, etc.) ?
- les rapports sociaux dans l'entreprise sont-ils très hiérarchisés ? (les environnements très ou très peu hiérarchisés peuvent présenter un risque supplémentaire).
- quelle est la fréquence et la nature des contacts avec le public ? (les hôtes et hôtesse d'accueil sont confrontés à des risques plus importants).
- quelle est la composition des équipes ? (un niveau de mixité trop faible peut générer un risque accru).
- les salariés peuvent-ils facilement faire remonter des difficultés relationnelles dans l'entreprise ?

HARCÈLEMENT
MORAL

la définition, la loi, les risques

Le harcèlement moral constitue un délit pénal. Le chef d'entreprise doit prendre toutes les mesures nécessaires en matière de prévention et d'information des salariés.

© AdobeStock



■ • DE QUOI PARLE-T-ON ?

Le harcèlement moral se manifeste par des agissements répétés (cf. encadré) pouvant entraîner, pour la personne qui les subit, une dégradation de ses conditions de travail pouvant aboutir à :

- une atteinte à ses droits et à sa dignité,
- une altération de sa santé physique ou mentale,
- une menace pour son évolution professionnelle.

Ces agissements sont interdits, même en l'absence de lien hiérarchique entre le salarié et l'auteur des faits.

■ UN DÉLIT PÉNAL

Au titre de l'article L. 1152-2 et des articles 222-33-2 à 222-33-2-2, le harcèlement moral est considéré comme un délit pénal. Jugeant que le harcèlement moral entraîne la dégradation des conditions de travail, le législateur en punit l'auteur dans le secteur privé comme dans le secteur public. La sanction peut aller jusqu'à deux ans de prison et 30 000 € d'amende. De plus, l'auteur de harcèlement moral peut être condamné à verser des dommages et intérêts à la victime.

■ LES OBLIGATIONS
DE L'EMPLOYEUR

L'employeur a l'obligation de prendre toutes les mesures nécessaires en vue de

prévenir le harcèlement moral. Il doit, par voie d'affichage, porter à la connaissance de ses salariés les dispositions du Code pénal réprimant le harcèlement moral, et collaborer avec les représentants du personnel, notamment le comité social et économique (CSE).

■ SALARIÉ :
LE DROIT D'ALERTE

Afin de se défendre, le salarié moralement harcelé peut alerter plusieurs types d'organismes :

- Le CSE et les représentants du personnel :

Les représentants du personnel sont habilités à soutenir le salarié dans ses démarches. Le comité économique et social (CSE) dispose par ailleurs d'un droit d'alerte pour prévenir l'employeur de tout cas de harcèlement moral.

• L'inspection du travail :

Alertée par le salarié harcelé, l'inspection du travail missionne un agent de contrôle chargé de vérifier si les faits signalés constituent un harcèlement. Si cela semble être le cas, l'agent pourra être amené à réaliser une enquête. Après enquête, si l'inspecteur du travail constate une infraction, il informe le procureur de la République.

■ TENTER LA MÉDIATION ?

La personne harcelée moralement peut engager une procédure de médiation avec l'auteur des faits. Le choix du médiateur doit alors faire l'objet d'un accord entre les deux parties. Son rôle est de tenter de concilier l'auteur et la victime du harcèlement. À cette fin, il leur soumet par écrit des propositions : un changement de poste pour l'auteur des faits par exemple. En cas d'échec de la conciliation, le médiateur doit informer la victime de la manière de faire valoir ses droits en justice.

■ PORTER L'AFFAIRE
DEVANT LA JUSTICE

• Aux prud'hommes :

La procédure aura alors lieu contre l'employeur, et ce même si ce n'est pas lui l'auteur direct du harcèlement. Dans ce dernier cas, l'employeur sera jugé pour

ne pas avoir protégé son ou ses salariés contre le harcèlement.

• Devant le juge pénal :

La victime peut aussi poursuivre au pénal l'auteur direct du harcèlement. La procédure peut alors venir en complément d'une plainte aux prud'hommes contre l'employeur.

• Saisir le Défenseur des droits :

Si le harcèlement moral semble motivé par une discrimination basée sur l'un des critères interdits par la loi (couleur de peau, sexe, âge ou orientation sexuelle), la personne harcelée peut également saisir le Défenseur des droits.

■ • COMMENT ET PAR QUI
SE FAIRE AIDER ?

• Maison de justice et du droit

Les maisons de la justice et du droit (MJD) assurent une présence judiciaire de proximité et concourent à la prévention, à l'aide aux victimes et à l'accès au droit.

www.justice.gouv.fr

• Ministère chargé du travail

Le site du ministère donne accès à des modèles de lettre pour signaler des faits pouvant relever du harcèlement moral.

www.travail-emploi.gouv.fr

• Ministère chargé de l'Intérieur

Le ministère met à disposition au sein de chaque département des dispositifs de soutien et d'assistance aux victimes tels les correspondants départementaux d'aide aux victimes, mais aussi des permanences d'associations, d'intervenants sociaux ou de psychologues dans les services.

www.interieur.gouv.fr

Laurent Feneau



© AdobeStock

QUELQUES EXEMPLES DE
HARCÈLEMENT MORAL...

La loi punit toutes les formes de harcèlement moral, en tenant compte de la fréquence et de la teneur des actes. Il s'agit par exemple des actes suivants :

- Insultes régulières et répétées,
- Communications ou messages téléphoniques intempestifs,
- Réflexions discriminatoires (couleur de la peau, sexe, âge ou orientation sexuelle),
- Menaces de licenciement,
- Retrait de mission, etc.

NB : Il y a harcèlement quels que soient les rapports entre l'auteur et la victime.

**AUJOURD'HUI,
TOUS LES
EMBALLAGES
ET LES PAPIERS
SE TRIENT.**

Cet encart d'information est mis à disposition gratuitement
au titre de l'article L. 541-10-18 du code de l'environnement.

Cet encart est élaboré par CITEO.

BOOSTEZ VOTRE VISIBILITÉ, COMMUNIQUEZ SUR LE SITE ZEPROS HABITAT.



habitat.zepros.fr

le site dédié à l'univers de
l'habitat et du jardin.



Une visibilité

OPTIMISÉE avec 100% de part
de voix par format publicitaire



Une information

POINTUE ET EXHAUSTIVE

Des contenus riches rédigés
par des journalistes spécialistes
du secteur.

DÉCRYPTÉE

Une info décryptée au travers
de dossiers thématiques, enquêtes,
interviews...

INSTANTANÉE

Une actu relayée en continu,
complémentaire de nos journaux.



66 000 pages vues / mois

NE MANQUEZ PAS CETTE OPPORTUNITÉ
PRENEZ LA PAROLE AUPRÈS DE VOS CLIENTS

Pour devenir annonceur contactez-nous :
Anne Léguillier, a.leguillier@zepros.fr / 06 99 43 19 66

SADER®

FIXER

SANS PERCER !

**SE RÉINVENTE
POUR MIEUX COLLER
AUX ATTENTES DE VOS CLIENTS :**

- Une gamme clarifiée
- Une nouvelle identité impactante
- Des colles plus engagées :
 - des formules biosourcées
 - des emballages recyclés

**MAINTENANT
VOUS ÊTES FIXÉS !**

Pour
en savoir
plus



SADER, ON ADHÈRE !

Retrouvez toutes nos gammes sur www.sader.fr



BOSTIK